



การศึกษาความไม่ต้องการสืบทอดกิจการครอบครัวเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษารัฐกิจกระยาสารทแม่สังเวียน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาความไม่ต้องการสืบทอดกิจการครอบครัวเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาธุรกิจกระดาษแม่สังเวียน



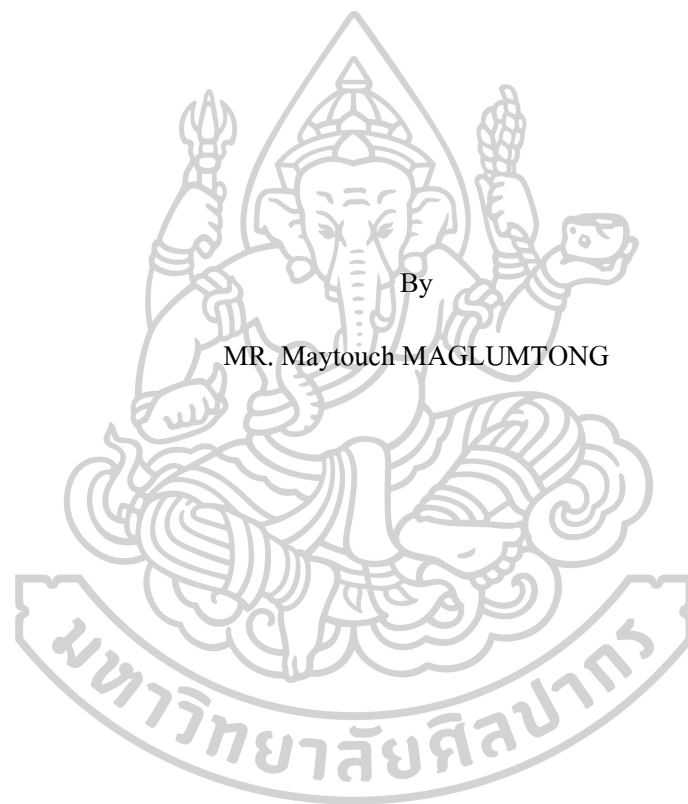
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE STUDY OF NON-INHERITED NEED AS A PRODUCT DEVELOPMENT
DESIGN FACTOR : A CASE STUDY OF MAE SANGVIEN FAMILY BUSINESS.



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Fine Arts DESIGN ARTS
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2020
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ การศึกษาความไม่ต้องการสืบทอดกิจการครอบครัวเพื่อ
สังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา
ธุรกิจกระดาษสาแม่สังเวียน

โดย เมธัส มะกล้าทอง

สาขาวิชา ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวนาท รัตนรังสิกุล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ สันธูภัก)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูวนาท รัตนรังสิกุล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(รองศาสตราจารย์ปรีชา ปั่นกล้า)



60156325 : ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

คำสำคัญ : ความไม่ต้องการสืบทอดกิจการ, เจ้าของกิจการ, ผู้สืบทอด, ปัจจัยออกแบบ, การออกแบบ

นาย เมธัส มะกล้าทอง: การศึกษาความไม่ต้องการสืบทอดกิจการครอบครัวเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาธุรกิจกระยาสารทแม่สังเวียน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวนาท รัตนรังสิกุล

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยและจุดเปลี่ยนในการสืบทอดกิจการ (2) เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การพัฒนาพื้นที่การทำงานแบบมีส่วนร่วมทั้งเจ้าของกิจการและผู้สืบทอด (3) เพื่อตรวจสอบโดยการทดลองนำปัจจัยการออกแบบไปใช้ในกรณีศึกษา

ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานในการสืบทอดกิจการครอบครัวในปัจจุบันที่เริ่มมีการพูดคุยกันในกลุ่มธุรกิจครอบครัว โดยประกอบไปด้วยกลุ่มเพื่อนและเครือข่ายก่อนจะเริ่มงานวิจัย รวมทั้งมีการสอบถามข้อมูลในการสืบทอดกิจการเบื้องต้น แล้วจึงทำการสัมภาษณ์เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้ผู้สืบทอดกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ตัดสินใจรับสืบทอด โดยข้อมูลที่ได้ทำให้ทราบถึงปัจจัยการสืบทอดในแต่ละกิจการมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องของการที่เจ้าของกิจการเดิมสูงอายุนั้นและเริ่มมองหาการเปลี่ยนแปลง แต่ยังคงต้องการที่จะควบคุมให้กิจการเป็นไปในทิศทางเดิมที่ตนเองเคยวางแนวทางไว้ นำไปสู่ข้อขัดแย้งเมื่อผู้สืบทอดต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบที่ตนต้องการเพิ่มเติม โดยการยอมรับแนวคิดใหม่จากเจ้าของกิจการเดิมแต่ละกิจการ ซึ่งมีจุดร่วมเดียวกันคือ “การสร้างการยอมรับโดยการลงมือทำให้เห็น” เป็นแนวคิดที่เหมือนกันในทุกกิจการที่สัมภาษณ์

จากข้อค้นพบดังกล่าว นำไปสู่การออกแบบในกรณีศึกษา ธุรกิจกระยาสารทแม่สังเวียน ที่เป็นการออกแบบร่วมกันระหว่างผู้สืบทอด (ผู้วิจัย) กับเจ้าของกิจการคนปัจจุบัน ซึ่งสาเหตุปัญหาที่พบของกิจการ คือ ไม่สามารถจัดการพื้นที่ในช่วงเทศกาลสารทไทย และโรคระบาดโควิด-19 ได้ เป็นเหตุให้ต้องมีการจัดการพื้นที่ใหม่ ที่เป็นการสร้างการยอมรับในการออกแบบจากเจ้าของกิจการต่อการสร้างสิ่งใหม่ให้กับกิจการ นับเป็นปัจจัยหลักให้การออกแบบนี้เป็นการออกแบบที่มีคุณค่าต่อทุกฝ่ายที่เข้าร่วมกัน

ผลงานที่ออกมา มี 4 ขั้นตอนในการพิสูจน์ผล คือ (1) นำทฤษฎีทางธุรกิจไปนำเสนอ (2) นำข้อมูลจากการนำเสนอมาวิเคราะห์ (3) นำเสนอด้วยตัวอย่างผลลัพธ์ และ (4) ปรับแก้ตัวอย่างร่วมกัน จึงออกมาเป็นพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงของฤดูกาลได้ และ

รองรับการขายผลิตภัณฑ์ทางเลือก รวมทั้งผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ในอนาคต และยังเป็นไปตามการใช้
ชีวิตวิถีใหม่ต่อโรคระบาดที่มีการสร้างระยะห่างระหว่างกัน ในการขายของอย่างเหมาะสม



60156325 : Major DESIGN ARTS

Keyword : BUSINESS SUCCESSION, OWNER SUCCESSOR, DESIGN FACTOR, DESIGN

MR. MAYTOUCH MAGLUMTONG : THE STUDY OF NON-INHERITED NEED AS A PRODUCT DEVELOPMENT DESIGN FACTOR : A CASE STUDY OF MAE SANGVIEN FAMILY BUSINESS. THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR PHUVANAT RATTANARUNGSIKUL, Ph.D.

This study aims to (1) to analyze the factors in business succession, (2) to synthesize the design factors for the working space development from the owner and successor's ideas., (3) To verify the design factors by experimenting in the case study

In the beginning, researcher made a hypothesis of family business succession by the discussion with friends and family members, including inquiring about the succession of business. After that, researcher interviewed the sample to find out the succession factors of these business groups, who decided to inherit the business. The most crucial part is the transition from previous owner to current owner, where conflicts and acceptance between the two generations. New product types were introduced to the previous owner, who may accept the change from their successors. However, the transition was not always smooth, the former owners still want to control the business in the same direction that they had previously set. This leads to the conflicts when the successor wants to change in their own way. The best way to get acceptance is “building acceptance by doing it” is the findings from all interviewed businesses.

From the above findings, it leads to the design of the working space in the case study: Krayasart Mae Sangvien Business, which is a joint design between the successor (researcher) and the current owner. The cause of the problems is the inability to manage the area during the Thai Sart Festival and the COVID-19 pandemic, which has led to the need to manage the area. This creates a design acceptance from the business owner to create something new for the business. Thus, the action in designing the new working space is a key factor in building the acceptance by doing it, and has a value to all parties.

There are four steps in the work to prove the results: (1) presenting business theory, (2) analyzing data from presentation, (3) presenting with sample results, and (4) revising the design

together. Thus, it came out as a flexible area that can be adjusted to the different use of each seasons. This space also supports other products, such as local community products in the future, and conforms with a new way of living against the pandemic that has created a distance between us.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพราะได้รับคำแนะนำที่ดีและเป็นประโยชน์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวนาท รัตนรังสิกุล ซึ่งเป็นอาจารย์ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย ผู้ที่มองเห็น ความต้องการที่แท้จริงของผู้วิจัย จนเป็นจุดเริ่มต้นในการเกิดงานวิทยานิพนธ์ที่สร้างความแตกต่างและ เข้าใจถึงปัญหาที่แท้จริงพร้อมพบทางปรับแก้ไข อีกทั้งยังช่วยแนะนำกระบวนการวิจัย ข้อมูล และการ นำเสนอผลงาน ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ครบถ้วนสมบูรณ์ตามที่ควรจะเป็น ผู้วิจัยจึง ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ “บ้านกระยาสารทแม่สังเวียน” ที่มีจุดกำเนิดโดย ย่าสังเวียน มะกัลำทอง และสืบ ทอดต่อมาโดย ป้าลำทอง มะกัลำทอง, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยุพา ยิ้มพงษ์, ป้าสอ อึ้งเต่า ที่ให้คำแนะนำ ในการปรับปรุงแบบผลงานอย่างเต็มที่เสมอ รวมถึงพนักงานทุกคนที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความ คิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างมาก

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวิษฐ์ ยิ้มพงษ์ และพีฎภพ ยิ้มพงษ์ ที่ให้คำแนะนำในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อทดลองจำหน่ายจริง และร่วมกันพัฒนาจนสู่การนำไปเสนอจำหน่ายสำเร็จ

ขอขอบคุณอาจารย์มนต์ธัช มะกัลำทอง อาจารย์ประจำหลักสูตรการพัฒนาและจัดการเมือง วิทยาลัยพัฒนามหานคร ที่ให้คำปรึกษาในการวิเคราะห์และจัดวางพื้นที่ในกรณีศึกษา

ขอขอบคุณครอบครัวพ่อ แม่ พี่ชาย ที่สนับสนุนในด้านการทำวิทยานิพนธ์อย่างเต็มที่ทุก รูปแบบ และเป็นกำลังใจสำคัญในการเรียนในการเรียนระดับบัณฑิตศึกษา

ขอขอบคุณทายาทเจ้าของกิจการทุกคนที่ได้สละเวลามาให้สัมภาษณ์เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่าน เพื่อนร่วมรุ่นทุกคน หลักสูตรศิลปการออกแบบ ที่ช่วยให้ คำแนะนำ ให้ความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการเรียนรู้ ทำให้เกิดพัฒนาที่แตกต่างไปจากเดิมเป็น แรงผลักดันให้ต้องพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ต่อไป

เมธัส มะกัลำทอง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญภาพ	ฉุ
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2	4
ทบทวนวรรณกรรม	4
2.1 Conflict แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้ง	4
2.2 ADKAR Model.....	6
2.2.1 Awareness.....	6
2.2.2 Desire 8	
2.2.3 Knowledge.....	9
2.2.5 Reinforcement.....	10

2.3 SWOT Analysis.....	11
2.4 Double Diamond Diagram.....	12
2.5 ปัจจัยที่มีผลต่องานออกแบบ.....	13
2.6 STP.....	14
2.7 การสังเคราะห์การออกแบบ.....	15
2.8 Flow.....	16
เงินเท่าไรที่จะจำเป็นสำหรับมนุษย์เป็นสิ่งที่ Mihaly Csikszentmihalyi ตั้งคำถามกับตัวเองจนนำไปสู่การวิจัยครั้งสำคัญของตัวเอง ที่เริ่มวิเคราะห์จากทัศนคติของตนเองที่เป็นบุคคลที่ผ่านยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ไปสู่กลุ่มตัวอย่าง และนำไปสู่ทฤษฎี Flow ที่เป็นสถานะที่ทุกคนต้องการไปถึงและจำแนกแนวทางในการไปสู่สถานะนี้ขึ้นมา และยังอธิบายถึงความสุขที่แปรผันกับเงิน, วัตถุ ที่ค่าความสุขที่มากที่สุดกลับมากกว่าค่าเฉลี่ยของรายได้ขั้นต่ำมาประมาณ 1 พันดอลลาร์สหรัฐ (Mihaly Csikszentmihalyi ,2551).....	16
2.9 Porter’s Five Forces.....	16
2.10 กลุ่มคนในช่วงอายุ(Generation).....	17
2.11 การคิดเชิงออกแบบ.....	17
2.12 ประวัติกระยาสารท.....	17
2.13 กระยาสารทแม่สังเวียน.....	18
2.14 ปัญหาของทายาทในการสืบทอดกิจการ.....	18
บทที่ 3	19
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากการทบทวนวรรณกรรม	19
วิธีดำเนินการวิจัย	19
3.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
3.3 การเก็บข้อมูล.....	20
3.3.1ปลาสี่มัพักประกอบจิตต์.....	20

3.3.2 โรงพิมพ์ ภาพพิมพ์	21
3.3.3 ข้าวต้ม ฮ้อ	21
3.3.4 ป้าน้อยผักหวาน	21
3.3.5 ผัดไทยอาซิม	21
3.4 วิเคราะห์ข้อมูลกิจการกรณีศึกษากับข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม	22
3.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบ	25
บทที่ 4	27
ประยุกต์สู่การออกแบบ	27
4.1 แนวทางการออกแบบพื้นที่ร่วมกัน	28
4.2 แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่	36
4.3 ความเห็นจากเจ้าของกิจการ กรณีศึกษา ธุรกิจกระยาสารทแม่สังเวียน	38
ความเห็นในส่วนพื้นที่	38
ความเห็นในส่วนบรรจุภัณฑ์	39
4.4 ปรับปรุงต้นแบบจากความเห็นร่วมกัน	39
4.5 ความเห็นบรรจุภัณฑ์หลังการปรับปรุง	49
4.6 เสนอขายบรรจุภัณฑ์ใหม่	49
4.7 ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม	52
4.8 การปรับปรุงแก้ไขตามแบบตรวจสอบกองอาหาร สำนักคณะกรรมการอาหารและยา	52
บทที่ 5	59
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	59
ผลการศึกษสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้	59
5.1.1 เหตุหรือปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจสืบทอดกิจการ	59
5.1.2 แนวคิดและมุมมองของเจ้าของ กรณีศึกษา กระยาสารทแม่สังเวียน	59
5.1.3 ปัญหาและข้อจำกัดในพื้นที่การทำงาน	59

5.2 การอภิปรายและข้อค้นพบ.....60

5.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากอาจารย์.....61

 ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอ วันที่ 3 ตุลาคม 2562.....61

 ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอวันที่ 27 สิงหาคม 2563.....62

 ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอวันที่ 29 ตุลาคม 2563.....63

รายการอ้างอิง65

ประวัติผู้เขียน68



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย	19
ภาพที่ 2 : แสดงข้อมูลของรุ่นปัจจุบันใน ADKAR Model	22
ภาพที่ 3: แสดงข้อมูลของผู้สืบทอด ใน ADKAR Model	23
ภาพที่ 4: แสดงข้อมูลกรณีศึกษา กระจายสารทแม่เวียน ใน SWOT Model	24
ภาพที่ 5 ผังบริเวณ พื้นที่เดิม	27
ภาพที่ 6 แบบร่างแสดงพื้นที่ที่ต้องการต่อเติมใหม่	28
ภาพที่ 7 โมเดลแสดงพื้นที่ที่ต้องการต่อเติม 1	29
ภาพที่ 8 โมเดลแสดงพื้นที่ที่ต้องการต่อเติม 2	30
ภาพที่ 9: อธิบายการทำงานภายในพื้นที่กรณีศึกษา	32
ภาพที่ 10 อธิบายพื้นที่การทำงานที่ได้รับการปรับปรุง	33
ภาพที่ 11แบบบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ 1	37
ภาพที่ 12 แบบบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ 2	37
ภาพที่ 13 เจ้าของกิจการขณะพิจารณาโมเดลและบรรจุภัณฑ์ตัวอย่างก่อนออกความคิดเห็น	38
ภาพที่ 14 เจ้าของกิจการขณะเลือกบรรจุภัณฑ์แบบใหม่	43
ภาพที่ 15 เจ้าของกิจการและครอบครัวขณะเลือกบรรจุภัณฑ์ใหม่	44
ภาพที่ 16 เจ้าของกิจการขณะเลือกบรรจุภัณฑ์ใหม่	45
ภาพที่ 17 คุณภาพ(ที่ผู้วิจัย)ร่วมออกความคิดเห็น	46
ภาพที่ 18 บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุยอดกระจายสารท	47
ภาพที่ 19 ยอดกระจายสารทที่บรรจุด้านใน	48
ภาพที่ 20 กระจายสารทแบบบรรจุด้านใน 5 ชั้น	48
ภาพที่ 21กระจายสารทแม่สังเวียนแบบบรรจุด้านใน 5 ชั้น	50

ภาพที่ 22	ภายในร้าน Coffee Is.....	50
ภาพที่ 23	เจ้าของร้าน Coffee Is และ คุณฤทธิ.....	51
ภาพที่ 24	แบบร่างแสดงการปรับปรุงทั้งหมด	54
ภาพที่ 25	แบบร่างแสดง ห้องถั่ว ที่ได้รับการปรับปรุง	54
ภาพที่ 26	แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องงา ที่ได้รับการปรับปรุง	55
ภาพที่ 27	แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องกวนกะทิ และน้ำตาล.....	56
ภาพที่ 28	แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องตัดแบ่งขนม	56
ภาพที่ 29	แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องบรรจุขนม	57
ภาพที่ 30	แบบร่างแสดงพื้นที่สำหรับจำหน่าย	57
ภาพที่ 31	แบบร่างแสดงทัศนียภาพภายนอก.....	58

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	การนำผังบริเวณเดิม และ ตัวอย่าง ไปนำเสนอเพื่อรับฟังความเห็น	31
ตารางที่ 2	อธิบายกระบวนการใช้ Design Challenge เพื่อสอบถามความคิดเห็นและร่วมออกแบบ ผัง	Error! Bookmark not defined.
ตารางที่ 3	ความคิดเห็น ผังบริเวณ บรรจุภัณฑ์ อธิบายโดยตารางความคิดเห็น 4 ช่อง	34
ตารางที่ 4	อธิบายกระบวนการใช้ Design Challenge เพื่อสอบถามความคิดเห็นและร่วมออกแบบ บรรจุภัณฑ์ใหม่.....	39
ตารางที่ 5	ความคิดเห็น จากการนำเสนอ บรรจุภัณฑ์ใหม่ อธิบายโดยตารางความคิดเห็น 4 ช่อง.....	40
ตารางที่ 7	ผลิตภัณฑ์ที่นำไปเสนอและร่วมรับฟังความคิดเห็น.....	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ความแตกต่างระหว่างวัยในปัจจุบันเป็นสิ่งที่สังคมกำลังศึกษาถึงผลกระทบในหลายๆด้าน เช่น การเมือง,เทคโนโลยี, ธุรกิจ เป็นต้น โดยในด้านธุรกิจ จากการศึกษาของงานวิจัยของ บริษัท PWC ร่วมกับ Kudos Research และ Jigsaw Research ที่ได้วิจัยกลุ่มเป้าหมายธุรกิจที่มีการสืบทอดกิจการ(มูลค่ามากกว่า 5 ล้านเหรียญสหรัฐ) จะพบว่า ความแตกต่างระหว่างวัย วิธีคิด วิธีการบริหารงาน ถือเป็นหนึ่งใน 3 ช่องว่างหลัก ที่ผู้บริหารในรุ่น Baby Boomer และ Generation ต้องเริ่มปรับรูปแบบการใช้ชีวิตและการทำงานเข้าหากัน โดยผลสำรวจระบุว่าคน Generation Y นั้น 86% ต้องการที่จะสร้างสิ่งที่ถือเป็นก้าวสำคัญให้แก่กิจการเมื่อพวกเขาได้รับสืบทอดต่อ และมีอีก 80% มีความคิดที่ต้องการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่จะเปลี่ยนแปลงกิจการที่รับสืบทอดมาให้พัฒนาเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านของรูปแบบผลิตภัณฑ์, เครื่องจักร,เทคโนโลยี รวมถึงการเข้าถึงการขายออนไลน์ที่เป็นสิ่งสำคัญในยุคปัจจุบัน (Admin, ทายาทรุ่นที่ 3 รับช่วงกิจการสำเร็จแค่ 12%. (Admin, 2557)เข้าถึงเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562, เข้าถึงได้จาก <https://positioningmag.com/57937>)

ปัจจุบันที่ประเทศไทยมีประชากรในกลุ่มที่เรียกว่า Generation Y ประมาณ 19 ล้านคน หรือ 28% ของประเทศ ถือเป็นกลุ่มประชากรที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อประเทศในอนาคต โดยประชากรในกลุ่ม Generation Y ที่สืบทอดกิจการเริ่มมีมากขึ้น ทั้งที่เข้ามาสืบทอดโดยสมบูรณ์และช่วยเหลือเป็นกำลังสำคัญ

ปัญหาความแตกต่างระหว่างวัยนั้นนับเป็นปัญหาสำคัญในปัจจุบันที่กำลังเด่นชัดขึ้นเรื่อย ในประเทศไทยนั้น สังเกตจากเริ่มมีการพูดถึงสังคมผู้สูงอายุกันแพร่หลายมากขึ้น ไปจนถึงการพูดถึงคำว่า “คนรุ่นใหม่” มากขึ้นในปัจจุบัน การที่บทบาทในสังคมของสองกลุ่มวัยที่เด่นชัดขึ้นสร้างความตระหนักไปในหลายวงการ ทำให้เกิดรูปแบบสินค้าหรือกิจการเพื่อรองรับมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็สร้างความวิตกให้กับบางกิจการ เช่นธุรกิจขนาดเล็กระดับครอบครัว ที่เริ่มมองถึงความมั่นคงในการสืบทอดในระยะยาว การต้องทำงานร่วมกันภายในครอบครัวที่ต้องประสานถึงกันจะหลีกเลี่ยงปัญหาความขัดแย้งได้ยาก โดยยมีสิ่งสำคัญที่ทั้งสองฝ่ายต้องการคือ อานาจการตัดสินใจ เป็นจุดตัดสินใจ

ธุรกิจครอบครัว นับเป็นฐานรากที่สำคัญส่วนหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ ช่วยขับเคลื่อนชุมชนให้มีการกระจายได้อย่างยั่งยืน ในด้านวัฒนธรรมและการออกแบบ ธุรกิจครอบครัวที่ประกอบการในงาน

หัตถกรรมหรือประกอบการชนิดที่เชื่อมโยงถึงภูมิปัญญาในอดีตและเป็นการสืบทอดสิ่งเหล่านั้นให้ยังคงอยู่ในปัจจุบัน

ทัศนคติหรือมุมมอง คือสิ่งสำคัญที่ทำให้กลุ่มคนในแต่ละรุ่นต่างกันไป การที่มีมุมมองที่ไม่เหมือนกัน เกิดจากสภาพแวดล้อมที่ส่งผลให้การรับรู้ที่จะส่งผลต่อมุมมองสิ่งรอบตัวไม่เหมือนกัน มุมมอง จึงสำคัญต่อการพัฒนาทั้งตนเองและธุรกิจ เพราะเมื่อมุมมองต่อธุรกิจต่างกันเนื่องด้วยความแตกต่างระหว่างวัยเป็นเหตุ ทำให้จะเกิดช่องว่างที่นำไปสู่ความขัดแย้ง (Conflict) ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจ (Decision) การแก้ปัญหานั้นมีหลากหลายวิธี เช่น วิทยาการที่เข้ามาให้ความรู้เป็น การประสานให้เข้าใจร่วมกัน , การวิเคราะห์ตนเอง ซึ่งอาจต้องใช้เวลานานกว่า และมองหาตัวอย่างในการช่วยวิเคราะห์รวมถึงแนวคิด, ทฤษฎีที่มีมาแล้ว แต่การวิเคราะห์ตนเองนั้นจำเป็นต้องทำโดยทั้งสองฝ่าย

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในเรื่องช่วงวัยที่จะเป็นกำลังสำคัญโดยไม่ทอดทิ้งภูมิปัญญาดั้งเดิมที่บรรพบุรุษสร้างมา โดยอ้างอิงกลุ่มบุคคลที่เป็นรุ่นสืบทอดภูมิปัญญาเพื่อศึกษาแนวทางการตัดสินใจ, ความภาคภูมิใจ

ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญและความภาคภูมิใจในการสืบทอด เป็นแนวทาง นำไปสู่การสืบทอดในอนาคต โดยมีธุรกิจที่สืบทอดต่อกันมาของบรรพบุรุษ คือ กระจยาสารทแม่สังเวียน เป็นกรณีศึกษา

การมองเห็นกิจการมาตั้งแต่วัยเด็กทำให้ความทรงจำนำไปสู่ความผูกพันกับกิจการในด้านจิตใต้สำนึกในด้านกายภาพนั้นเมื่อเติบโตและมีกำลังพอในการช่วยเหลืองานเล็กน้อยในช่วงวัยเด็ก(8-14) การรับคำสั่งและเริ่มลงมือจึงเป็นอีกหนึ่งเหตุผลให้ผูกพันกับกิจการให้มากขึ้นอีกและความรู้สึกที่เป็นส่วนหนึ่งจากการรับคำสั่งในตำแหน่งหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ถัดมาสู่วัยรุ่น(15-20 ปี)เป็นช่วงวัยที่ยังผูกพันจากการกับกิจการจากปัญหาผลการเรียนที่ตกต่ำทำให้ต้องอยู่กับบ้านที่ประกอบกิจการ หลังจากนั้นจึงเริ่มห่างหายและมีโอกาสกลับมาหลังจากจบปริญญาตรี และเจ้าของกิจการในปัจจุบันเริ่มพูดถึงอนาคตของกิจการที่อาจไม่มีคนสืบทอด เป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ข้าพเจ้าเริ่มตระหนักถึงสถานะปัจจุบันของกิจการที่อนาคตอันอาจจะประสบปัญหาขาดผู้สืบทอดได้ รวมทั้งเห็นถึงความสำคัญของภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อหล่อเลี้ยงครอบครัวในขณะนั้น จนกลายเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาในปัจจุบันนี้ แต่สิ่งที่ทำให้ข้าพเจ้าประสบปัญหาการตัดสินใจในการรับช่วงต่อนั้นมีเหตุให้ยังต้องตัดสินใจ คือ ความฝัน , การเปลี่ยนแปลงรูปแบบกิจการ , ความขัดแย้ง , การตัดสินใจ โดยทั้ง 4 อย่างที่กล่าวมาเป็น 4 เหตุผลหลักที่สร้างความกังวลหากต้องเข้ามาสืบทอดกิจการเต็มเวลา ทั้งหมดล้วนเป็นที่มาในการตั้งใจจะหาคำตอบเพื่อหาปัจจัยในการออกแบบเพิ่มเติมจากปัญหาความไม่ต้องการสืบทอดกิจการ โดยกรณีศึกษานี้จะเป็นแนวทางที่จะมองเห็นปัจจัยในการตัดสินใจสืบทอดที่จะนำไปสู่การพัฒนาการออกแบบต่อไป

1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยและจุดเปลี่ยนในการสืบทอดกิจการ
- 2) เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การพัฒนาพื้นที่การทำงานแบบมีส่วนร่วมทั้งเจ้าของกิจการและผู้สืบทอด
- 3) เพื่อตรวจสอบโดยการทดลองนำปัจจัยการออกแบบไปใช้ในกรณีศึกษา

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

การมีอิสระในการตัดสินใจในการพัฒนาธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความต้องการสืบทอดกิจการ

ทอดต่อกิจการ

1.4 ขอบเขตการศึกษา

- 1.4.1 ศึกษาธุรกิจครอบครัวที่ตัดสินใจสืบทอดกิจการ
- 1.4.2 ศึกษาจุดตัดสินใจและปัจจัยในการสืบทอด
- 1.4.3 ศึกษาการพัฒนาต่อยอดธุรกิจจากกิจการดั้งเดิม

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 ปัจจัยและแนวทางที่จะทำให้ทายาทต้องการสืบทอดกิจการเกิดความเต็มใจในการสืบทอดกิจการ

ทอดต่อกิจการ

- 1.5.2 เพื่อให้เจ้าของกิจการตระหนักถึงปัจจัยที่ทำให้ทายาทอาจไม่สืบทอดกิจการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

Generation : การแบ่งกลุ่มคนจากช่วงอายุ

ทายาท : ผู้สืบทอดกิจการ

Baby Boomer : กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พศ. 2489-2507

Generation Y : กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พศ. 2523-2540

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบวิธีคิดสู่การเปลี่ยนแปลง และนำไปสู่การเข้าใจถึงปัญหาของการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้งานวิจัย การศึกษาปัจจัยในการ สืบทอดกิจการครอบครัวเพื่อสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การพัฒนาธุรกิจ กรณีศึกษา ธุรกิจกระยา สารทแม่สังเวียน ได้ปรับใช้และทดลองเชิงวิพากษ์กับแหล่งอ้างอิงเหล่านี้ แนวคิดและทฤษฎี ประกอบ ไปด้วย Conflict (แนวคิดความขัดแย้ง) , โมเดล ADKAR , SWOT Analysis, Double Diamond Diagram, STP, ปัจจัยที่มีผลต่องานออกแบบ, การสังเคราะห์การออกแบบ, Flow, Generation , คิด เชิงวิเคราะห์(Design Thinking) , ประวัติกระยาสารท

2.1 Conflict แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้ง

จงคิด อย่าปะทะ ภาชิตจาก Edward De Bono นักจิตวิทยา ที่ค้นหาทางที่จะแก้ปัญหา ความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นแบบหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความขัดแย้งนี้อ้างถึงระบบเก่าที่จำเป็นที่จะมีการทบทวน หรือโต้แย้งกับสิ่งใหม่ปัจจุบัน เมื่อสองกลุ่มที่เห็นไม่ตรงกัน กฎของการมีผู้ไกล่เกลี่ยเข้าจึงเป็นสิ่งที่ควร แนะนำ เหตุของความขัดแย้ง เมื่อมีคนมีความสุข ย่อมมีคนไม่มีความสุข หรือ อาจเป็นไปได้ที่จะไม่มี ความสุขทั้งสองฝั่ง การที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้ง มีได้หลายทางเพียงหาทัศนคติต่อความขัดแย้งให้ ชัด และปรับทัศนคติของตนโดยใช้ทางเลือกดังต่อไปนี้ เพื่อทำความเข้าใจกับความขัดแย้งโดยไม่ต้องมี การปะทะกัน

- เหตุของความขัดแย้ง

ในส่วนใหญ่เหตุที่ทำให้เกิดความขัดแย้งนั้นมีส่วนมาจากทั้งสองฝ่ายต้องการให้มันเกิดขึ้น โดย ไม่นับความขัดแย้งจากการกลั่นแกล้ง อย่างเช่นอาณาจักรสัตว์มีจุดประสงค์ของการแบ่ง ความขัดแย้งคือ การครองอำนาจของรุ่นหนึ่ง โดยสัตว์อย่างสิงโต สิงโตหนุ่มจำเป็นจะต้อง ขึ้นมาท้าทายกับสิงโตจำฝูงที่ครองอำนาจอยู่ ,หมาป่าหรือฝูงลิงจะต้องนำเสนอว่ามีผู้นำอยู่ เสมอ ดังนั้นเราจะพิจารณา ความขัดแย้ง (Conflict) จะก่อให้เกิดการถกเถียงกันเพื่อให้เกิด การยอมรับ ซึ่งในมุมมองของ Edward De Bono ไม่ว่าจะด้วยวิธีไหน ผู้ชนะคือผู้ชนะ และผู้ แพ้จะยอมรับสิ่งที่ตามมาโดยปริยาย

- มองแง่ดีและสนุกไปกับข้อโต้แย้งนี้

Edward De Bono ได้รับกล่าวถึงว่าหนังสือเล่มนี้สนับสนุนให้เกิด Conflict เพราะการเกิด Conflict จะทำให้คนที่สนใจอย่างอื่นหันมาสนใจเรา บางครั้ง Conflict จะก่อให้เกิดศัตรูโดยรอบ แต่จะทำให้เกิดความสามัคคีกันภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น

- **หาจุดสำคัญในเหตุขัดแย้ง**

โดยทั่วไปคนมักมองเข้าไปที่จุดใจกลางของความขัดแย้ง นั่นเป็นสิ่งที่ผิด ใจกลางความขัดแย้งนั้นไม่ใช่เหตุผลหลัก การมองเข้าสู่ใจกลางความขัดแย้งจะทำให้ไม่สามารถมองหาวิธีการแก้ไขได้ การที่จะหาวิธีการเพื่อแก้ไขควรมองไปที่องค์ประกอบที่จะนำไปสู่ความขัดแย้งนั้น เพราะเมื่อเราแยกองค์ประกอบนั้นออกมา ก็จะก่อให้เกิดการถกเถียงกัน เมื่อเกิดการถกเถียงกันและรับฟังเพื่อทำความเข้าใจ บรรยากาศในการสนทนาจะผ่อนคลายลง ถ้ามาถึงในจุดนี้ก็จะ เป็นจุดที่สิ้นสุดของความขัดแย้ง

- **ย้อนกลับไปมองบางสิ่ง**

ณ จุดหนึ่ง เมื่อรู้ว่าชัยชนะแบบดั้งเดิมเป็นไปได้ก็ต่อกต่อไป จากจุดนี้ควรกลับออกไปอย่างมีเกียรติและแสดงให้เห็นถึงต้นทุนของความพยายามที่ผ่านมาว่าเป็นประโยชน์ที่แท้จริง การออกจากปัญหาความขัดแย้งต้องพิจารณาว่าเป็น โอกาสที่แท้จริง ไม่ใช่ เพียงการหลีกเลี่ยงจากความขัดแย้ง

- **เราสามารถได้สิ่งที่เราอยากได้**

เมื่อก้าวเข้าสู่การแข่งขัน เรามักจะนึกถึงชัยชนะ แต่เพียงเราประเมินตนเอง รวมถึงตรวจสอบความปรารถนาดีและการให้ความหวัง ที่บางครั้งอาจกลายเป็นจุดเริ่มต้นเล็กของความขัดแย้ง

ความมั่นใจที่ผิด ๆ และความสบายใจในความถูกต้องนั้นยากที่จะรับมือได้เสมอ ความซื่อสัตย์และความระมัดระวังเป็นเพียงคำพูดที่อ่อนแอ เราต้องการภาพลักษณ์ที่ดีกว่ามากเพื่อนำมาพิจารณาการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมที่สมเหตุสมผลกับความขัดแย้งในเด็กส่วนใหญ่ บางทีเราควรฝึกฝนการก้าวไปสู่จุดสิ้นสุดของความขัดแย้งที่เราเชื่อว่าเราจะไม่มีทางมี เพื่อกำหนดคุณค่าของการหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง

- **เดินหน้าไปในทางใหม่**

ชัยชนะที่สมบูรณ์มีเหตุผลเท่านั้นที่จะถือว่าเป็นจุดจบของความขัดแย้ง ไม่มีเหตุผลอื่นใดที่ชัยชนะที่สมบูรณ์จึงมีความสำคัญ แต่ความอภัยคอดู ก็ไม่ได้ช่วยให้ความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่ายดีขึ้น หรืออาจเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย

- **ผลลัพธ์ไม่ใช่ผู้ชนะ**

ในบางที่ความขัดแย้งก็ไม่มุ่งไปที่ชัยชนะเสมอไป เนื่องจากที่ถ้าเกิดการประนีประนอมที่ถูก ออกแบบมาอย่างเข้าใจก็จะสามารถยุติได้

- รอไปก่อน

บางครั้งสถานการณ์ก็ทำให้คู่กรณีตกอยู่ในสภาวะไม่สามารถเดินต่อไปได้ ต้องอยู่กันแบบสภาวะขัดแย้งอย่างต่อเนื่องโดยกระแส โดยหวังว่าจะมีผู้เข้ามาช่วยไกล่เกลี่ยให้

2.2 ADKAR Model

การเปลี่ยนแปลงในบางครั้งอาจทำให้เกิดความสำเร็จและความล้มเหลว ได้ การที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในองค์กรเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทุกธุรกิจมุ่งหาความสำเร็จ เมื่อจะพบสิ่งนั้น จึงมีผู้ค้นหาโครงสร้างที่จะนำพาให้ก้าวผ่านความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไป โดยแบ่งองค์ประกอบออกเป็น 5 องค์ประกอบ

2.2.1 Awareness การรับรู้ถึงความจำเป็นที่ต้องเปลี่ยน

การรับรู้เป็นองค์ประกอบแรกที่จะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลง บุคคลที่จะปรับเปลี่ยนต้องเสนอให้เห็นว่าทำไมจำเป็นต้องเปลี่ยนและความเสี่ยงหากไม่เริ่มที่จะเปลี่ยนแปลง

การรับรู้ถึงความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลงควรต้องมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

การเปลี่ยนแปลงนี้เกี่ยวกับอะไร สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ธุรกิจอย่างไร?

ทำไมจึงต้องเปลี่ยน และความเสี่ยงหากไม่ยอมเปลี่ยน?

การเปลี่ยนแปลงนี้จะมีผลต่อองค์กรของเราและชุมชนอย่างไร?

เราได้อะไรจากการเปลี่ยนแปลงนี้?

จากองค์ประกอบด้านบนที่ดูตรงไปตรงมา แต่การสื่อสารไม่ใช่รูปแบบเดียวที่จะสร้างความรับรู้ จำเป็นต้องมีปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความพร้อมของบุคคลที่จะเข้าใจและยอมรับความเปลี่ยนแปลง รวมทั้งปัจจัยเหล่านี้ต้องส่งผลความสำเร็จในการสร้างการรับรู้ถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง

โดยมี 5 ปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 มุมมองของบุคคลนั้นต่อสภาวะปัจจุบัน

บุคคลที่พึงพอใจในสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้ที่เป็นผู้ลงมือสร้างธุรกิจเหล่านี้ขึ้นมาด้วยตนเอง มักปฏิเสธที่จะทำความเข้าใจ หรือลดทอนความน่าเชื่อถือของเหตุผลที่นำเสนอ เพื่อคงสภาพปัจจุบันเอาไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลง แต่ในทางกลับกันผู้ที่ไม่พอใจในสถานการณ์ของตนเองในปัจจุบัน อาจเพิ่มเติมหลักฐานสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงตามความเชื่อของตนเองเกินเหตุ เพื่อสนับสนุนว่าการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องเกิดขึ้น

โดยสรุป การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นมักเกิดกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เริ่มมีแนวโน้มที่จะขายได้ลดลง เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดการรับฟังจากผู้เสนอแผน แต่หากเขามั่นใจในความมั่นคงของปัจจุบันจะทำให้แผนการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ฟังไม่ขึ้น

ปัจจัยที่ 2 วิธีที่บุคคลนั้นมองเห็นปัญหา

ปัจจัยที่ 2 นี้อยู่ที่กระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคล และการประมวลผลกระทบของข้อมูลใหม่กับสิ่งที่เขารับรู้อยู่ในปัจจุบัน ดร.ไมเคิล เจ เคอร์ตัน เขียนไว้ในหนังสือของเขาเรื่อง Adaption-Innovation ถึงกระบวนการรับรู้สองแบบที่แตกต่างกันของผู้จัดการจากนักปรับตัวไปสู่ผู้นิยมคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ว่า

“นักปรับตัว มักจะคาดการณ์ความท้าทาย หรือภัยอันตรายที่มาจากภายในระบบ หรือองค์กร เช่น แผนลดค่าใช้จ่าย การลดพนักงาน ขณะที่นักนวัตกรรมหรือผู้ชื่นชอบคิดค้นสิ่งใหม่ๆ มักจะคาดการณ์ถึงภัยอันตรายหรือผลกระทบที่มาจากภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคหรือความก้าวหน้าเทคโนโลยีที่ยังมาไม่ถึง”

กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือพนักงานผู้ที่สามารถปรับตัวได้ดีจะรับรู้กับความท้าทายที่เกิดขึ้นภายใน แต่ผู้ที่คิดค้นสิ่งใหม่จะรับรู้ถึงความท้าทายจากภายนอกได้ดีกว่า

เคอร์ตัน กล่าวอีกว่า

“ผลการวิจัยพบว่า ไม่เพียงแต่ผู้จัดการจะมองไม่เห็นสัญญาณเตือนภัยที่ผู้อื่นเห็น แต่ยังรู้สึกว่าการเตือนภัยในเรื่องเหล่านั้นเป็นเรื่องน่ารำคาญ และทำให้เป็นการหันเหความสนใจจาก เรื่องสำคัญ (ก็คือเรื่องที่เรามองเห็นได้ชัดกว่า) อีกด้วย”

ปัญหาในเรื่องการรับรู้ จะส่งผลต่อการที่บุคคลนั้นจะมองเห็นและประเมินสัญญาณเตือนต่างๆได้ในระดับไหน เนื่องจากการประมวลผลของแต่ละคนนั้นแตกต่างกันไป การแก้ปัญหาและมุมมองต่อปัญหาก็จะแตกต่างกัน ซึ่งเราจะกำหนดวิธีการเหล่านั้นด้วยตัวของเราเอง ดังที่ตัวอย่างด้านบนเสนอเอาไว้ว่า การสื่อสารที่เน้นภัยภายในองค์กรจะไม่จูงใจนักนวัตกรรม ขณะเดียวกัน การสื่อสารภัยจากนอกองค์กรก็สร้างความรำคาญให้นักปรับตัว

ปัจจัยที่ 3 ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสารข้อมูล

การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญที่อาจจะทำให้เหตุผลต่างๆในการเปลี่ยนแปลงถูกสนับสนุนได้มากยิ่งขึ้น และมีโอกาสที่(รับฟังจะทำความเข้าใจกับข้อมูลที่เสนอไปเพื่อการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ 4 การปล่อยข้อมูลผิดๆ หรือ ข่าวลือ

การปิดบังข้อมูลบางอย่างในองค์กรอาจก่อให้เกิด ข่าวลือ และเป็นข้อมูลที่เท็จที่นำส่งต่อจนบดบังความจริง ซึ่งจะทำให้เมื่อนำเสนอความจริงจะทำให้ผู้รับฟังมีความเคลือบแคลง

ใจเนื่องจากมีข้อมูลเท็จที่แคร์รับฟังมาประกอบด้วยและไม่สามารถแยกออกได้ อาจส่งผลให้ข้อมูลที่ได้รับผิดเพี้ยนไปจากจุดประสงค์ที่ต้องการ

ปัจจัยที่ 5 ข้อถกเถียงถึงเหตุผลของการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยจากภายนอกจะเป็นสาเหตุที่น่าเชื่อถือที่จะรับฟังและโต้แย้งได้ยาก นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ขณะเดียวกันหากเป็นจากปัจจัยภายใน หากเหตุผลการเปลี่ยนแปลงไม่หนักแน่นพอ จะเกิดการโต้แย้งและก่อให้เกิดการไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

2.2.2 Desire ความปรารถนาที่จะสนับสนุนและเข้าร่วมในการเปลี่ยนแปลง

ความปรารถนา (Desire) เป็นปัจจัยที่สองของโมเดล ADKAR แสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจให้ตัดสินใจเลือกที่จะเข้าร่วมการเปลี่ยนแปลง แต่การสร้างความปรารถนา นั้นซับซ้อนกว่าการสร้างการรับรู้ที่เป็นขั้นเป็นตอนและควบคุมได้ ต่างจากการสร้างแรงปรารถนาที่ไม่สามารถควบคุมหรือบังคับได้

ข้อควรระวังของการสร้างความปรารถนาคือ บางครั้งจะสับสนหรือเข้าใจผิดกับการที่สร้างการรับรู้ได้สำเร็จแล้วเหมารวมว่าเป็นความปรารถนาด้วย จึงมีการแบ่งขั้นตอนในการสร้างความปรารถนาที่แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ที่จะทำให้บรรลุผลในการสร้างความปรารถนา

ปัจจัยที่ 1 ลักษณะของการเปลี่ยนแปลง และประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากการเปลี่ยนแปลง (WIIFM)

บุคคลจะประเมินลักษณะของการเปลี่ยนแปลง ว่ามีผลกระทบต่อตนเองอย่างไรบ้าง (What's in it for me หรือ WIIFM) เพราะถ้าการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดโอกาสมากขึ้น ย่อมโน้มน้าวต่อตัวบุคคลนั้น แต่หากกระทบบางบุคคลและทำให้เห็นถึงความไม่ยุติธรรม ก็จะทำให้เกิดการต่อต้านขึ้นได้

ปัจจัยที่ 2 สภาพแวดล้อมขององค์กร

สภาพแวดล้อมขององค์กรจะแสดงให้เห็นถึงมุมมองของบุคคลที่มีต่อสภาวะแวดล้อมขององค์กรในแง่การเปลี่ยนแปลง เพราะประสบการณ์ที่แตกต่างกัน จะทำให้การประเมินสถานการณ์แตกต่างกันด้วย การเปลี่ยนแปลงจะถูกต่อต้านหรือสนับสนุนขึ้นอยู่กับปริมาณของการเปลี่ยนแปลงว่าไปกระทบต่อ สภาพแวดล้อมที่เคยชินกับความสำเร็จ ของบุคคลในองค์กร มากแค่ไหน หากเคยมีการเปลี่ยนแปลงที่แสดงให้เห็นว่าไม่ยุติธรรมต่อบางกลุ่ม จะส่งผลต่อความมั่นใจในการเปลี่ยนแปลงที่จะเริ่มอีกครั้ง

ปัจจัยที่ 3 สถานการณ์ส่วนบุคคล

สถานการณ์ส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อความปรารถนา เพราะเกี่ยวข้องกับผลกระทบโดยตรงต่อตัวบุคคล จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการเปลี่ยนแปลง หากถูก

กระทบมาก หรือ ในสถานการณ์นั้นประบางอยู่ อาจทำให้ไม่สามารถสร้างความปรารถนาให้กับคนเหล่านี้ได้

ปัจจัยที่ 4 แรงจูงใจส่วนตัว

แรงจูงใจส่วนตัวอาจเกิดขึ้นได้เพื่อตัวเองและเพื่อผู้อื่น พวกเขาจะประเมินความน่าจะเป็นหากเข้าร่วมว่าตรงกับแรงจูงใจแค่ไหน และแรงจูงใจนี้จะเป็นสิ่งนำไปมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรค เพื่อก้าวผ่านการเปลี่ยนแปลงที่ดูท้าทาย

2.2.3 Knowledge ความรู้ว่าจะเปลี่ยนได้ต้องทำอะไร

ความหมายของความรู้นี้จะหมายถึงความรู้ที่จะทำให้เปลี่ยนแปลงสำเร็จ โดยต้องมีการศึกษาและการอบรมเกี่ยวกับทักษะ

พฤติกรรมที่ต้องการเปลี่ยนแปลง ความรู้ความเข้าใจบทบาทใหม่ๆ

ข้อมูลรายละเอียดของกระบวนการ ระบบ หรือเครื่องใหม่ๆ

เมื่อบุคคลรับรู้ถึงความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลง และปรารถนาที่จะสนับสนุนและเข้าร่วม จึงต้องหาความรู้ เพื่อลงมือให้เกิดผล โดยมี 4 ปัจจัยที่สร้างความสำเร็จในการสร้างความรู้

ปัจจัยที่ 1 พื้นฐานความรู้ในปัจจุบันของบุคคล

โดยปัจจัยนี้จะเป็นสิ่งที่เริ่มต้นพิจารณาว่าอยู่ในจุดไหนและต้องการจะเพิ่มความรู้ทักษะอะไรขึ้นบ้าง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่ 2 ความสามารถในการเรียนรู้ของบุคคล

ความสามารถในการเรียนรู้แต่ละคนนั้นไม่เท่ากัน ทักษะใหม่ที่จะสอนให้อาจก่อให้เกิดความยุ่งยากในการทำความเข้าใจหากผู้เรียนรู้ไม่สามารถเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่ เป็นเรื่องที่ทำทนายและต้องใช้ความพยายามอย่างสูงหากต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ต้องเพิ่มพูนด้านนี้

ปัจจัยที่ 3 ทรัพยากรด้านการศึกษาและฝึกอบรม

เงินทุนสำหรับส่วนนี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดทรัพยากรที่จะมีให้กับพนักงานได้เรียนรู้

ปัจจัยที่ 4 การเข้าถึง หรือการมีอยู่ของความรู้ที่ต้องการ

สำหรับการเปลี่ยนแปลงบางประเภท ความรู้ที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลงอาจหาได้ยาก หรืออาจไม่มีอยู่ก่อนเลย

2.2.4 Ability ความสามารถ ทักษะ และพฤติกรรมที่ต้องใช้ในการเปลี่ยนแปลง

การรับรู้ ความปรารถนา และความรู้ เป็นองค์ประกอบต่อเนื่องกันที่สำคัญ แต่หากปราศจากความสามารถแล้ว การเปลี่ยนแปลงก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ และความสามารถยังเป็นสิ่งที่จะชี้ชัดให้เห็นถึงความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงตามที่ได้ตั้งเป้าไว้ เมื่อบุคคลทำองค์ประกอบนี้

สำเร็จ การเปลี่ยนแปลงถึงจะถูกวัดผลได้ ปัจจัยต่างๆที่จะส่งผลถึงความสามารถที่จะปฏิบัติ ตามการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่ 1 อุปสรรคทางจิตใจ

อุปสรรคที่ขัดขวางทางจิตใจเป็นเรื่องซับซ้อน บางครั้งหากความปรารถนาแรงกล้าพอ ก็จะทำให้ผ่านพ้นอุปสรรคทางจิตใจไปได้ง่ายตาย แต่หากเกิดขึ้นระหว่างการพัฒนาและถูก บั่นทอนลง อาจส่งผลให้ไม่เห็นศักยภาพที่แท้จริงจากบุคคลนั้น

ปัจจัยที่ 2 ความสามารถทางกาย

ขีดจำกัดทางร่างกายของแต่ละบุคคลบางครั้งจะเป็นอุปสรรคสำคัญหากความเปลี่ยนแปลง นั้นเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการใช้อวัยวะส่วนที่มีข้อจำกัด

ปัจจัยที่ 3 ความเฉลียวฉลาด และสติปัญญา

ความเฉลียวฉลาด สติปัญญา แต่ละคนที่แตกต่างกัน ต้องค้นหาความสามารถที่เด่นชัดของ แต่ละคนและดึงศักยภาพนั้นออกมาให้เต็มที่ ไหวพริบในการทำงานจึงสำคัญไม่แพ้กัน

ปัจจัยที่ 4 เวลาเพื่อพัฒนาทักษะ

ทักษะบางอย่างต้องอาศัยเวลา ที่จะต้องเรียนรู้ หากได้รับเวลาที่มากพออาจได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า การเร่งรีบเพื่อลดทอนเวลาลง แต่ปัจจัยภายนอกอาจเป็นตัวแปรเหนือการควบคุมทำให้ไม่ สามารถกำหนดเวลาที่แน่ชัดในการเปลี่ยนแปลงได้

ปัจจัยที่ 5 ทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการพัฒนาความสามารถ

ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อสนับสนุนการพัฒนาความสามารถของบุคคลนั้น หากได้รับสิ่งที่ต้องการ อย่าง การเงิน เครื่องมือ บุคลากรผู้เชี่ยวชาญ ก็จะเป็นปัจจัยสำคัญให้การเปลี่ยนแปลงเป็นไป อย่างราบรื่น

2.2.5 Reinforcement แรงสนับสนุนที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน

องค์ประกอบสุดท้ายของโมเดลนี้ ที่ทำได้ง่ายๆ อย่างเช่น การกล่าวชมเชย การให้รางวัล หรือ เติมผลลงกับความสำเร็จที่ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่อะไร จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ ดีในองค์กร และแสดงถึงการให้ความสำคัญแก่ทุกๆคน โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพแรงสนับสนุน

ปัจจัยที่ 1 ความสำคัญของแรงสนับสนุนที่มีต่อผู้ที่ได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลง การยอมรับยกย่องและให้รางวัล รวมไปถึงให้ของรางวัลที่มีคุณค่าต่อผู้ที่ได้รับ

ปัจจัยที่ 2 ความสัมพันธ์ของแรงสนับสนุนกับความก้าวหน้าหรือความสำเร็จของการ เปลี่ยนแปลง

การเฉลิมฉลองหรือรางวัลเป็นสิ่งสร้างแรงผลักดันที่ดีเมื่อสามารถบรรลุเป้าหมายในการทำงาน แรงสนับสนุนนี้จะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่ 3 การปราศจากผลลัพธ์ในทางลบ

ถ้ามีบุคคลที่ได้รับผลลัพธ์ในทางลบจะส่งผลให้เกิดความกดดัน และกลายเป็นการขัดขวางและบั่นทอนในการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่ 4 ระบบการติดตามที่ช่วยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง

การกำหนดระบบเพื่อการติดตามความรับผิดชอบจะช่วยสร้างความคงเส้นคงวาในการทำงาน และทำให้ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงสามารถรักษาคุณภาพที่สม่ำเสมอเอาไว้ได้

(Jeffrey M.Hiatt 2561)

2.3 SWOT Analysis

อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์เป็นผู้ริเริ่มใช้เทคนิคนี้ครั้งแรก โดยเกิดขึ้นในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์สถานะของธุรกิจในปัจจุบันเพื่อมองหาจุดแข็ง จุดเด่น และจุดอ่อน จุดด้อย นเพื่อปรับปรุงหาวิธีการพัฒนา หรือเพิ่มประสิทธิภาพในบางจุดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยตัวย่อจาก SWOT มีความหมายดังนี้

S = Strengths จุดแข็ง จุดเด่น หรือข้อได้เปรียบ

W = Weakness จุดอ่อน จุดด้อย หรือ ข้อเสียเปรียบ

O = Opportunities โอกาส ช่องทางที่จะดำเนินการ

T = Threats อุปสรรค ข้อจำกัด หรือ ปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงาน

โดยหลักการสำคัญของ SWOT คือการวิเคราะห์ในทั้ง 2 ด้านทั้งสภาพการณ์ทั้งภายในและภายนอก ดังนั้น SWOT จึงเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) เพื่อให้ทราบถึงจุดปัจจุบันของตำแหน่งตนเองและ สถานการณ์ภายนอก ถึงจุดเด่น จุดด้อย และนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ต่างๆเพื่อรับมือ และปรับปรุงกายวิสัยทัศน์ในองค์กรตนเอง

2.4 Double Diamond Diagram

กรอบแนวคิดสำหรับนวัตกรรมของ Design Council ช่วยให้นักออกแบบและผู้ที่ไม่ได้เป็นนักออกแบบทั่วโลกสามารถจัดการกับปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่ซับซ้อนที่สุดบางอย่างได้ เป็นส่วนพื้นฐานของงานของเรา: ช่วยให้เราสามารถสนับสนุนองค์กรภาครัฐ เอกชน และภาคที่สามที่เราทำงานด้วยเปลี่ยนวิธีการพัฒนาและให้บริการของพวกเขา

หัวใจสำคัญของกรอบการทำงานสำหรับนวัตกรรมคือวิธีการออกแบบของ Design Council Double Diamond - คำอธิบายที่ชัดเจนครอบคลุมและเป็นภาพของกระบวนการออกแบบ Double Diamond เปิดตัวในปี 2004 มีชื่อเสียงระดับโลกโดยมีการอ้างอิงถึงหลายล้านรายการบนเว็บ

นอกเหนือจากการเน้นกระบวนการออกแบบแล้วกรอบของ Design Council สำหรับนวัตกรรมยังรวมถึงหลักการสำคัญและวิธีการออกแบบที่นักออกแบบและผู้ที่ไม่ใช่ นักออกแบบต้องใช้และวัฒนธรรมการทำงานในอุดมคติที่จำเป็นเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกที่สำคัญและยาวนาน

2.4.1 Double Diamond Diagram

Double Diamond Diagram ของ Design Council บ่งบอกถึงกระบวนการออกแบบอย่างชัดเจนสำหรับนักออกแบบและผู้ที่ไม่ใช่ นักออกแบบ ไดอะแกรมรูปเพชรทั้งสองแสดงถึงกระบวนการในการสำรวจปัญหาอย่างกว้างขวางหรือลึกซึ้งมากขึ้น (การคิดที่แตกต่างกัน) จากนั้นจึงดำเนินการที่มุ่งเน้น (การคิดแบบผสมผสาน)

ค้นพบ ช่องแรกในไดอะแกรมช่วยให้ผู้คนเข้าใจแทนที่จะคิดงายๆว่าปัญหาคืออะไร เกี่ยวข้องกับการพูดคุยและใช้เวลากับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหา ข้อมูลเชิงลึกที่รวบรวมจากขั้นตอนการค้นพบสามารถช่วยให้คุณกำหนดความท้าทายในรูปแบบอื่นได้ ไดอะแกรมช่องที่สองกระตุ้นให้ผู้คนให้คำตอบที่แตกต่างกันสำหรับปัญหาที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนแสวงหาแรงบันดาลใจจากที่อื่นและร่วมออกแบบกับผู้คนที่แตกต่างกัน ส่งมอบ นำส่งสารเกี่ยวข้องกับการทดสอบการแก้ปัญหาที่แตกต่างกันในระดับเล็กๆโดยปฏิเสธวิธีที่ใช้ไม่ได้ผลและปรับปรุงวิธีแก้ปัญหาที่ต้องการ นี่ไม่ใช่กระบวนการโดยตรงตามที่ลูกศรบนแผนภาพแสดง การสร้างและทดสอบแนวคิดในระยะเริ่มต้นเป็นส่วนหนึ่งของการค้นพบ และในโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไม่มีแนวคิดใดที่จะ "สำเร็จตามวัตถุประสงค์"

หลักการออกแบบ กรอบการทำงานสำหรับนวัตกรรมจะสรุปหลักการสำคัญ 4 ประการ สำหรับผู้แก้ปัญหาที่จะนำมาใช้เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีหลักการ ทำงาน 4 ขั้นตอน

คือ Discover การวิจัยรวบรวมข้อมูล, Define การวิเคราะห์ข้อมูล, Develop การสังเคราะห์ข้อมูล และ Deliver การคัดกรองและทดสอบ เพื่อพัฒนาและรับฟังแนวคิดทั้งสองฝ่ายและร่วมแก้ไขร่วมกัน

2.5 ปัจจัยที่มีผลต่องานออกแบบ

สภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นในปัจจุบัน ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต จากอดีตที่มี 4 ประการ แต่ปัจจุบัน จากความต้องการที่เพิ่มขึ้นเป็นผลให้มีการสร้างสรรค์ออกแบบสิ่งใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ทำให้การ ออกแบบที่เกิดขึ้นแตกต่างตามสภาพแวดล้อมของผู้ออกแบบ และความต้องการของผู้ที่อยู่อาศัยใน สภาพแวดล้อมนั้น ปัจจัยในการออกแบบจึงแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยจากภายใน และ ปัจจัยจากภายนอก หรือจากสภาพแวดล้อมของงานออกแบบ (นวลน้อย บุญวงษ์, 2542)

ปัจจัยจากภายในของการออกแบบประกอบไปด้วย (1) วัสดุและกรรมวิธีการผลิต (Materials and Processes) (2) ประโยชน์ใช้สอย (Function) และ (3) รูปทรง (Form) ในขณะที่ปัจจัยจาก ภายนอกของการออกแบบประกอบไปด้วย (1) การแข่งขันในตลาด (2) ความสามารถเข้ากันได้กับ ระบบสากล (3) การควบคุมด้านความปลอดภัย และ (4) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สภาพแวดล้อม

จากปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบ ได้ส่งผลให้การออกแบบพื้นที่มีความสำคัญที่จะต้องพัฒนา ออกมาเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่ผู้ออกแบบได้พบเจอปัญหา และต้องการที่จะออกแบบเพื่อให้ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยมีปัจจัยเพิ่มเติมที่ไม่มีในทฤษฎีนั้นคือ เจ้าของกิจการครอบครัว

2.6 STP

เป็นกลยุทธ์ที่สร้างมาจากแนวคิดเพื่อตีกรอบความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อให้การวางแผนการตลาดได้ง่ายขึ้น (แบ่งส่วน เลือกเป้า กำหนดจุด) โดยแบ่งเป็นดังต่อไปนี้

Segmentation (S) คือการแบ่งส่วนตลาดได้หลายแบบตามรูปแบบสินค้าและบริการ จากความจริงที่ว่าเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทั้งหมด การแบ่งสัดส่วนตลาดจึงสำคัญต่อการวางแผนธุรกิจ และจะตรงกับกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

- Demographic Segmentation แบ่งตามลักษณะประชากร เช่น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ฯลฯ
- Psychographic Segmentation แบ่งตามลักษณะทางจิตวิทยา เช่น ความชื่นชอบ
- Geographic Segmentation แบ่งตามลักษณะเชิงภูมิศาสตร์ เช่น ภาคเหนือ กลาง ใต้ ตะวันออก ตะวันตก หรือแบ่งตามขนาดของเมือง เป็นต้น
- Behavior Segmentation แบ่งตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ เช่น รูปแบบการดำเนินชีวิต อัตราการใช้ ช่วงเวลาการซื้อ ความถี่ในการซื้อ ขนาดในการซื้อ เป็นต้น

Targeting (T) คือการเลือกตลาดที่เป็นเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด เช่น Mass Market หรือ Segment Market หรือ Niche Market

Positioning (P) คือการกำหนดจุดยืน หรือ ตำแหน่งของสินค้าและบริการว่าธุรกิจของเราแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร มีจุดยืน 3 ด้านคือ ด้านอารมณ์ ด้านการใช้งานและ ด้านความแตกต่าง

ขั้นตอนการทำ STP Marketing 3 ขั้นตอน

1. Marketing Segmentation แบ่งเป็น 2 ขั้น คือ
 Mass คือการตลาดเพื่อวางแผนเพื่อขายผู้บริโภคทุกคน
 Segment คือการตลาดที่ขายเฉพาะกลุ่ม
2. Target Market หรือ Target Group คือการแบ่งกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคตามความเหมาะสม

3. Positioning Strategy คือ การกำหนดจุดยืนของธุรกิจของเรา เป็นการตั้งตำแหน่งของสินค้า โดยต้องศึกษาคู่แข่งของเราและประเมินความสามารถของเราอย่างเหมาะสมเพื่อให้เราสามารถวางตำแหน่งสินค้าและบริการของธุรกิจได้โดยไม่ทับซ้อนคู่แข่ง

2.7 การสังเคราะห์การออกแบบ

ขั้นตอนการสังเคราะห์ เป็นขั้นตอนสำคัญต่อการออกแบบ ที่จะสร้างให้เกิดเป็นงานออกแบบ ที่นอกจากจะมีลักษณะสอดคล้องตามผลสรุปการวิเคราะห์แล้ว ยังเป็นแนวทางใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ดังเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่าการออกแบบเป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ และนักออกแบบเป็นผู้ทำหน้าที่สร้างให้เกิดผลงานที่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีเอกลักษณ์ในการสังเคราะห์ ซึ่งเป็นระยะของการพยายามสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นงานออกแบบ ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างสรรค์แนวความคิดหลัก (conceptual design)

แนวความคิดหลักคือส่วนสำคัญที่จะทำให้งานนั้นเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร ก็จะมาการผลการวิเคราะห์ที่จะบอกถึงลักษณะที่งานนั้นควรจะเป็น

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบร่าง

เมื่อได้แนวความคิดหลักแล้ว จึงนำแนวความคิดหลักมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาและออกมาเป็นแบบร่าง มีรูปแบบที่สัมผัสได้ ทั้งแบบร่าง 2 มิติ หรือแบบจำลอง 3 มิติ

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบรายละเอียด

เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่สร้างให้เกิดความสมบูรณ์แก่งานออกแบบที่สังเคราะห์ขึ้นมาจกแบบร่างจำนวนมากจากแนวความคิดหลัก ขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาลึกละเอียดด้านการใช้งาน ด้านรูปแบบ ตลอดจนด้านการผลิต (นวลน้อย บุญวงษ์, 2542)

2.8 Flow

เงินเท่าไรที่จะจำเป็นสำหรับมนุษย์เป็นสิ่งที่ **Mihaly Csikszentmihalyi** ตั้งคำถามกับตัวเองจนนำไปสู่การวิจัยครั้งสำคัญของตัวเอง ที่เริ่มวิเคราะห์จากทัศนคติของตนเองที่เป็นบุคคลที่ผ่านยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ไปสู่กลุ่มตัวอย่าง และนำไปสู่ทฤษฎี **Flow** ที่เป็นสภาวะที่ทุกคนต้องการไปถึงและจำแนกแนวทางในการไปสู่สภาวะนี้ขึ้นมา และยังอธิบายถึงความสุขที่แปรผันกับเงิน, วัตถุ ที่ค่าความสุขที่มากที่สุดกลับมากกว่าค่าเฉลี่ยของรายได้ขั้นต่ำมาประมาณ 1 พันดอลลาร์สหรัฐ (**Mihaly Csikszentmihalyi ,2551**)

2.9 Porter's Five Forces

เครื่องมือนี้ถูกคิดค้นโดย Michael Porter จาก Harvard Business School เป็นเหตุให้คนเรื่องโมเดลชนิดนี้ว่า Porter's Five Forces เครื่องมือนี้นับเป็นเครื่องพื้นฐานที่สารสามารถวิเคราะห์ธุรกิจได้อย่างชัดเจน ในการใช้ Michael Porter เสนอว่าความคิดที่สำคัญต่อการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจไม่ได้จำกัดแค่คู่แข่งและลูกค้าอีกต่อไป โดยมีปัจจัยสำคัญ เป็นแรงกดดันทั้ง 5 (Five Forces) ที่ส่งผลต่อธุรกิจได้แก่

- คู่แข่งรายใหม่ (New Entrants)
- ลูกค้า (Buyers)
- สินค้าทดแทน (Substitutes)
- ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers)
- การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitors)

หน้าที่ของการวิเคราะห์คือ แรงกดดันเหล่านี้มีผลต่อธุรกิจ มากแค่ไหน โดยผลกระทบจากแต่ละปัจจัยจะไม่เท่ากันในแต่ละธุรกิจ โดยการวิเคราะห์ Five Force Model ให้ชัดเจนในแต่ละแรงกดดัน จึงเป็นสิ่งในการเข้าใจและสร้างกลยุทธ์ของธุรกิจให้ชัดเจนที่สุดเพราะครอบคลุมกรณีหลักๆ ไว้บางครั้งก็จะใช้ร่วมกับ SWOT เพื่อให้เห็นชัดในด้านที่เด่นและด้อย มากยิ่งขึ้น

2.10 กลุ่มคนในช่วงอายุ(Generation)

ทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation นี้เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1923 โดยนักสังคมศาสตร์ Karl Mannheim ที่เขียนเรื่อง The Problem of Generations โดยจะต่างกับคำว่า Generations ในยุคสมัยนั้นที่ใช้จะกล่าวถึงรุ่นปู่ย่าตายาย งานศึกษาชิ้นนี้ของ Mannheim เสนอว่า “นี่ไงผู้คนในสังคมยังไงก็ได้รับอิทธิพลจากบริบททางสังคมและทางประวัติศาสตร์ คนในยุคหนึ่งๆ ที่เกิดและเติบโตขึ้นท่ามกลางเหตุการณ์ใหญ่ๆ บางอย่างร่วมกันก็จะมีลักษณะอย่างหนึ่ง และลักษณะนั้นๆ ก็จะมากำหนดอนาคตของโลกใบนี้ต่อไป แต่แมนไฮม์เองก็บอกว่าถึงเหตุการณ์สำคัญอย่างสงครามโลกหรือนวัตกรรมที่มีผลกับชีวิตจะมีอิทธิพลต่อลักษณะนิสัยของผู้คน แต่ว่าแนวคิดเรื่องเจนเนอเรชันนี้ก็ไม่สามารถจะอธิบายได้อย่างสมบูรณ์ คือต่อให้คนเผชิญเหตุการณ์เดียวกัน แต่คนก็มีภูมิหลังอื่นๆ ที่หลากหลายเช่นพื้นที่ ชนชั้น หรือวัฒนธรรมที่ต่างกัน ดังนั้นท่าทีหรือทัศนคติของคนนั้นถึงจะเจอเหตุการณ์เดียวกัน แต่สุดท้ายก็มีความจำเพาะเจาะจงอยู่ดี”

2.11 การคิดเชิงออกแบบ

การคิดเชิงออกแบบเป็นการคิดเชิงสร้างสรรค์โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เพื่อเปลี่ยนกรอบแนวคิดและการแก้ปัญหาแบบเดิม ผ่านการทดลอง หรือ ใช้จริง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองต่อความต้องการมากกว่าเดิม

การคิดเชิงออกแบบนั้นจะมีรูปแบบในการสร้างกระบวนการความคิดให้เป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การสร้างสิ่งใหม่ที่จะตอบสนองได้ดียิ่งขึ้น โดยระบบวิธีคิดนั้นเป็นไปได้ในหลายรูปแบบแต่จุดเริ่มต้นคือ ความคิด ที่จะนำไปสู่

- การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง
- การตั้งกรอบโจทย์
- การสร้างความคิด
- การสร้างต้นแบบ
- การทดสอบ

2.12 ประวัติกระยาสารท

กระยาสารท เป็นขนมที่ทำจากถั่ว งา ข้าวเม่า ข้าวตอก ที่ถูกคั่ว นำมาผสม กับน้ำตาลที่ถูกกวนจนได้ที่ เป็นขนมที่ทำหลังฤดูเก็บเกี่ยวปลายเดือน 10 รากศัพท์ของคำว่ากระยาสารท

มาจากทางอินเดีย ที่แปลว่า ฤดูใบไม้ร่วง หรือช่วงปลายฝนต้นหนาว ที่เป็นช่วงปลายของฤดูกาลเก็บเกี่ยว ในทางความเชื่อเกี่ยวกับเดือน 10 ที่เป็นเดือนแห่งการอุทิศให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไป ในตามหลักความเชื่อศาสนา ที่จะกวนกระยาสารทเป็นขนมหวานที่นำมาถวาย เมื่อถึงวันแรม 15 ค่ำเดือน 10 รวมทั้งยังเป็นการทำบุญเพื่อเป็นสิริมงคลแก่การทำการเกษตรอีกด้วย

2.13 กระยาสารทแม่สังเวียน

จุดเริ่มต้นของ คุณสังเวียน มะกล้าทอง กวนแจกลูกหลาน และเพื่อนบ้าน ในช่วงเทศกาลทำบุญสารทเดือนสิบ ต่อมาคุณสำอางค์ มะกล้าทอง บุตรสาวได้ปรับปรุง จนได้สูตรที่อร่อย ปัจจุบันมีการกวนขายตลอดปี และคุณสำอางค์ จะเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพด้วยตัวเองเสมอ กระยาสารทแม่สังเวียน อุดมไปด้วยคุณประโยชน์จากรั้วพืช ได้แก่ ถั่วลิสง งาดำนำมาตำด้วยมือให้ขาวทุกเมล็ด ข้าวเม่า และข้าวตอก กวนให้เข้ากันด้วยน้ำตาลมะพร้าว และกะทิที่ช่วยเพิ่มความหอมหวาน ให้กับกระยาสารท เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานแต่สิ่งดีๆ ตามที่คุณแม่สังเวียนและคุณสำอางค์ได้ตั้งใจไว้ ทำให้กระยาสารทแม่สังเวียน เป็นของฝากที่นิยมของอำเภอบ้านแพรก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า ๕๐ ปี

2.14 ปัญหาของทายาทในการสืบทอดกิจการ

จากรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ของ สถาบันวิจัย และให้คำปรึกษา แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญของการตัดสินใจสืบสานกิจการ คือ การศึกษาที่แตกต่างกัน ที่มีทั้ง ระดับการศึกษาและสาขาวิชาที่เรียนรู้ เมื่อผสานประสบการณ์ของเจ้าของกิจการปัจจุบัน เป็นส่วนสำคัญให้มุมมองในการมองธุรกิจต่างจากกันออกไป

รวมถึง 20 บทสัมภาษณ์จาก พราวพร ในหนังสือ ฉะนั้นแหละลูกเถ้าแก่ ที่อธิบายรายละเอียดของแต่ละกิจการที่มีจุดตัดสินใจรวมถึงช่วงเวลาที่เข้าไปรับช่วงต่อ สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความคิดที่ไม่ตรงกันมีในเรื่องของ การศึกษา เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ต้องการเปลี่ยนแปลงในบางสิ่งๆ ที่ทำมา เช่น คุณสิริญา ไตรโชค เป็นรุ่นที่สืบทอดบริษัทที่ทำเกี่ยวกับ เมล่อน โดยคุณสิริญาเรียนในด้านอาหารและขึ้นชอบในการทำอาหาร เมื่อมารับช่วงต่อในนิสัยและการศึกษาที่ผ่านมามีส่วนเชื่อมโยงให้ตัดสินใจรับช่วงต่อ แต่ก็มีข้อแม้ในการออกแบบระบบใหม่ในระดับนี้ เป็นต้น

บทที่ 3

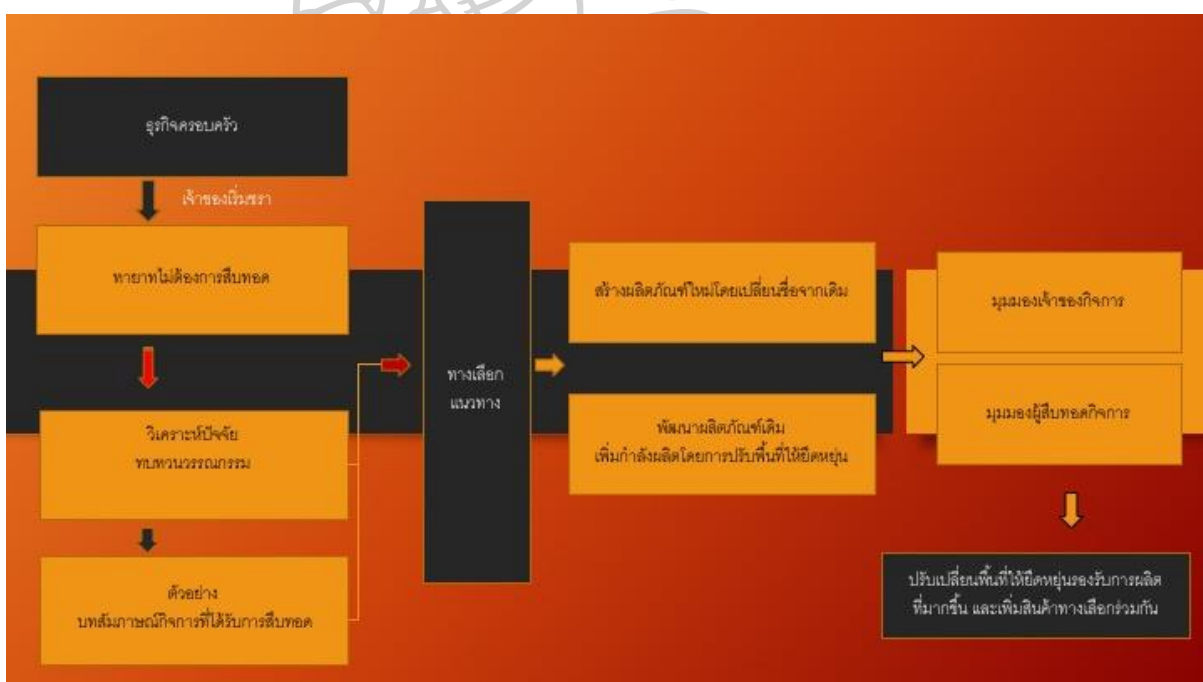
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากการทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัย การสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา ธุรกิจกระดาษแม่สังเวียน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นในการศึกษาปัญหาความไม่ต้องการสืบทอดกิจการ และหาวิธีการที่จะแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ จึงจำเป็นต้องทบทวนวรรณกรรมในเชิงทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับ “ปัจจัยในการตัดสินใจสืบทอด” โดยมีขั้นตอนดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการสืบทอดกิจการ และวิเคราะห์ปัจจัยทางเลือกในการออกแบบ กรณีศึกษาธุรกิจกระดาษแม่สังเวียน จึงแบ่งประเด็นที่ต้องการศึกษา และการออกแบบออกเป็นประเด็นดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

โดยประเด็นกรอบแนวคิดวิจัย มีดังนี้ (1) สัมภาษณ์ธุรกิจครอบครัวที่มีการสืบทอด เพื่อหาปัจจัย (2) เจ้าของเดิมชรา และ เหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น เจ้ากิจการประสบอุบัติเหตุร้ายแรงจนไม่สามารถบริหารได้ (3) ทายาทไม่ต้องการสืบทอด(ด้วยเหตุต้องการเปลี่ยนแปลงแบบฉบับพลัน หรือ มีความต้องการไปทำอาชีพอื่น) นำประเด็นดังกล่าวมา (4) วิเคราะห์ปัจจัยและทบทวนวรรณกรรม จากนั้นจึงทำการประมวลผลออกมาเป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อทำการ (5) สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะกิจการคล้ายคลึงกัน และผู้สืบทอดอยู่ในช่วงวัยใกล้เคียงกัน เมื่อได้ผลการสัมภาษณ์แล้ว จึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูล และทำการ (6) ออกแบบทางเลือกแนวทางจากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น แล้วจึง (7) นำเสนอทางเลือกแก่เจ้าของกิจการกรณีศึกษา จากนั้น นำข้อคิดเห็นจากเจ้าของกิจการมาสังเคราะห์ออกเป็น (8) นำข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพื้นที่สู่การออกแบบร่วมกัน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยนี้ได้กำหนดกลุ่มสัมภาษณ์แบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกิจและช่วงวัยใกล้เคียงกัน โดยมีกลุ่มตัวอย่างธุรกิจที่ได้รับการสืบทอด 5 กลุ่มธุรกิจ

3.3 การเก็บข้อมูล

- 1) สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างธุรกิจที่ได้รับการสืบทอด
- 2) สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจกรณีศึกษา กระจายสารทแม่สังเวียน
- 3) สสำรวจพื้นที่การทำงานกระจายสารทแม่สังเวียน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ เพื่อทำการหาปัจจัยที่ส่งผลในการสืบทอด และนำไปสู่การออกแบบเพื่อเปลี่ยนแปลง ดังนี้ 1) จุดตัดสินใจ 2) จุดมุ่งหมายการเปลี่ยนแปลง

3.3.1 ปลาสัมพักประกอบจิตต์

จุดตัดสินใจ

- ที่มีจุดเริ่มต้นการตัดสินใจกับการสูญเสียคุณยาย
- ต้องการกลับมาดูแลผู้สูงอายุคนอื่น
- อยากรควบคุมการใช้เวลาและชีวิตตนเอง
- ตั้งใจกลับมาอยู่บ้านในช่วงเวลาหนึ่งอยู่แล้ว (แต่เร็วไปในความตั้งใจ)

จุดมุ่งหมายในการเปลี่ยนแปลง

- บรรจุภัณฑ์ ที่ดูล้ำสมัย ในกระแสรักช้โลกปัจจุบัน เพราะใช้พลาสติกทั้งหมด

3.3.2 โรงพิมพ์ ภาพพิมพ์

จุดตัดสินใจ

- อยากกลับมาทำอยู่แล้ว
- มีแนวคิดใหม่ๆที่อยากทดลอง
- เริ่มสร้างการยอมรับเล็ก

จุดมุ่งหมายการเปลี่ยนแปลง

- ปรับเปลี่ยนการบริหารเปลี่ยนอำนาจตัดสินใจมาสู่ตนเอง
- ต้องการเครื่องจักรใหม่
- เพิ่มการออกแบบ และสร้างการยอมรับกับสิ่งใหม่

3.3.3 ข้าวต้ม ฮ้อ

จุดตัดสินใจ

- พ่อป่วยหนัก
- ต้องการกลับมาดูแลอย่างใกล้ชิด
- แบ่งเบาภาระพี่น้อง

จุดมุ่งหมายการเปลี่ยนแปลง

- ปรับการออกแบบห้องน้ำใหม่ เพิ่มการดูแลรักษาความสะอาด
- เป็นที่ธุรกิจที่ไม่ต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัด เพราะมีความต้องการรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด

3.3.4 บ้านน้อยผักหวาน

จุดตัดสินใจ

- ตัดสินใจกลับมาช่วยแบบไม่เต็มเวลา

จุดมุ่งหมายการเปลี่ยนแปลง

- เน้นออนไลน์มากขึ้น

3.3.5 ผัดไทยอาชีพ

จุดตัดสินใจ

- แม่เริ่มชรา
- อยากนำความรู้เรียนมาลองปรับใช้
- อยากวางระบบใหม่

จุดมุ่งหมายการเปลี่ยนแปลง

- ระบบครัวใหม่
- การจัดเก็บวัตถุดิบให้สดใหม่ด้วยเทคโนโลยีแบบใหม่

3.4 วิเคราะห์ข้อมูลกิจกรรมการศึกษา กับ ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม

3.4.1 ADKAR กับกรณีสถิตกรรณปัจจุบันกับผู้ใช้สืบทอด

กระยาสารแม่สังเวียน Gen 2.5 (ผศ.ยุพา อิ่มพงษ์)	ปัจฉัยที่ 1 มุมมองของบุคคลนั้นต่อ สภาวะปัจจุบันในตอนนั้น	ปัจฉัยที่ 2 วิธีที่บุคคลนั้นมองเห็น ปัญหา	ปัจฉัยที่ 3 ความน่าเชื่อถือของผู้ สื่อสารข้อมูล	ปัจฉัยที่ 4 การปล่อยข้อมูลผิดหรือ ข่าวลือ	ปัจฉัยที่ 5 ข้อถกเถียงในการ เปลี่ยนแปลง
A = Awareness	รับรู้ว่หาไม่ทำต่อ จะไม่มี กระยาสารแม่สังเวียนอีก ต่อไป	ปัญหาในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่ ใช้วัสดุไม่เหมาะกับการเป็น ของฝาก	จากการเป็นข้าราชการ บ้านญาติ (ผู้ช่วย ศาสตราจารย์)	ยังไม่มีพนักงานจึงไม่มีการ ปกปิดข้อมูลอะไรหรือข่าว ลืออะไร	มีบ้างกับผู้ที่สามารถสืบทอด ได้อีกคนในแรงแสดงที่ท่า
	ปัจฉัยที่ 1 ลักษณะของการ เปลี่ยนแปลง และประโยชน์ ที่เขาจะได้รับจากการ เปลี่ยนแปลง (WIFM)	ปัจฉัยที่ 2 สภาพแวดล้อม ขององค์กร	ปัจฉัยที่ 3 สถานการณ์ส่วน บุคคล	ปัจฉัยที่ 4 แรงจูงใจส่วนตัว	ปัจฉัยที่ 5 -
D = Desire	มีผลดีทั้งผู้สืบทอดและผู้ กำลังจะวางมือ ทำให้เป็นไป อย่างราบรื่น	เป็นการสร้างธุรกิจภายใน ครอบครัวสู่ธุรกิจขนาดเล็ก จึงยังไม่เห็นปัญหา	ใกล้ช่วงเวลาเกษียณอายุ ราชการพอดี	ต้องการให้คงอยู่ต่อไป	
	ปัจฉัยที่ 1 พื้นฐานความรู้ในปัจจุบัน ของบุคคล	ปัจฉัยที่ 2 ความสามารถในการเรียนรู้ ของบุคคล	ปัจฉัยที่ 3 ทรัพยากรด้านการศึกษา และฝึกอบรม	ปัจฉัยที่ 4 การเข้าถึง หรือการมีอยู่ของ ความรู้ที่ต้องการ	ปัจฉัยที่ 5 -
K = Knowledge	ความรู้พื้นฐานจัดการบุคคล ดีมาก (อดีต ผอ.สำนัก ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มทร.เทพสตรี)	ประสบการณ์พื้นฐาน ส่วนดีจากการทำงานทำให้ การคัดเลือกพนักงานทำได้ดี มาก	ไม่ต้องใช้เงินทุนในขณะนี้ เนื่องจาก มีประสบการณ์ และทักษะเชี่ยวชาญพอจะ สอนด้วยตนเอง	สามารถเข้าถึงการไปโมท ในยุคนี้(หมอมถนงค์ศรี,สื่อ โทรทัศน์(NBT)	
กระยาสารแม่สังเวียน Gen 2.5 (ผศ.ยุพา อิ่มพงษ์)	ปัจฉัยที่ 1 อุปสรรคทางจิตใจ	ปัจฉัยที่ 2 ความสามารถทางกาย	ปัจฉัยที่ 3 ความเอื้อยวลาศ และ สติปัญญา	ปัจฉัยที่ 4 เวลาเพื่อพัฒนาทักษะ	ปัจฉัยที่ 5 ทรัพยากรเพื่อ สนับสนุนการพัฒนา ความสามารถ
A = Ability	มีบางครั้งจากผู้สืบทอดที่ ทำงานร่วมกันจากการ ถกเถียงเรื่องส่วนประกอบ	เพียงพอพร้อมจะทำงานเต็ม เวลา	มีการเรียนรู้ที่สอดคล้องและ ไหวพริบดีที่เป็นทุนเดิม	ในช่วงยังรับราชการที่ต้อง ช่วยทำอยู่แล้ว จึงเป็นเวลา ได้รับการพัฒนาทักษะอย่าง เต็มที่	เครื่องมือบางชิ้นถูกพัฒนา ร่วมกันจากการทำงาน ตั้ง เป็นจุดที่ทำให้ราบรื่นทั้ง พนักงานและผู้บริหาร
	ปัจฉัยที่ 1 ความสำคัญองแรง สนับสนุนที่มีต่อผู้ที่ได้รับ ผลกระทบต่อการ เปลี่ยนแปลง	ปัจฉัยที่ 2 ความสัมพันธ์องแรง สนับสนุนกับความก้าวหน้า หรือความสำเร็จของการ เปลี่ยนแปลง	ปัจฉัยที่ 3 การปราศจากผลลัทธิในทาง ลบ	ปัจฉัยที่ 4 ระบบการติดตามที่ช่วย สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง	
R = Reinforcement	ได้รับแรงสนับสนุนอย่างดี จากผู้ก่อตั้ง	มีการแนะนำชื่นชมกันอยู่ เสมอ รวมถึงได้เห็นการไป โมทในยุคนี้ (หมอมถนงค์ ศรี สื่อโทรทัศน์(NBT) เป็น กำลังใจ)	เป็นส่วนสำคัญมากที่มีคำชื่น ชมจากการชื่นชอบที่จะมา ซื้อในช่วงเทศกาล	การเฝ้ามองห่างจากผู้ ก่อตั้งและแนะนำบ้างช่วยให้ ผ่อนคลายและมี ข้อเสนอแนะยามจำเป็นอยู่ เสมอ	

ภาพที่ 2 : แสดงข้อมูลของรุ่นปัจจุบันใน ADKAR Model

ที่มา : ผู้วิจัย

กระยาสารแม่สังเวียน Gen 3 (เมธิส มรกั้าทอง)	ปัจจัยที่ 1 มุมมองของบุคคลนั้นต่อสภาวะปัจจุบันในตอนนี้	ปัจจัยที่ 2 วิธีที่บุคคลนั้นมองเห็นปัญหา	ปัจจัยที่ 3 ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสารข้อมูล	ปัจจัยที่ 4 การปล่อยข้อมูลผิดหรือข่าวลือ	ปัจจัยที่ 5 ข้อถกเถียงในการเปลี่ยนแปลง
A = Awareness	รับรู้ว้าหากไม่ทำต่ออาจจะไม่มีกระยาสารแม่สังเวียนอีกต่อไป	มีบรรจุกัณฑ์ขนาดเดียวในการขาย ขาดทางเลือกในการเลือกซื้อ/ขาดระบบการจัดเก็บวัตถุดิบ และการขายสินค้าที่ยังไม่ได้พอกับช่วงเทศกาล	ขาดความน่าเชื่อถือจากอายุ ประสบการณ์ และสาขาการศึกษา	ได้รับการสนับสนุนอย่างไม่มี การต่างๆ เกิดขึ้น	ยังมีอยู่เสมอจากคนละมุมมองในเรื่องบรรจุกัณฑ์ที่ไม่ตรงกัน ที่จะเพิ่มทางเลือกสินค้า
	ปัจจัยที่ 1 ลักษณะของการเปลี่ยนแปลง และประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากการเปลี่ยนแปลง (WIFM)	ปัจจัยที่ 2 สภาพแวดล้อมขององค์กร	ปัจจัยที่ 3 สถานการณ์ส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ 4 แรงจูงใจส่วนตัว	
D = Desire	ประโยชน์ที่ได้รับแก่อีกรุ่นยังไม่จูงใจพอ จำเป็นต้องลงมือให้เห็นผลชัดกว่านี้	ขาดระบบการจัดเก็บวัตถุดิบ และการขายสินค้าที่ยังไม่ได้พอกับช่วงเทศกาล	ยังมีความลังเลเล็กน้อยจากการที่ยังอยากทำงานศิลปะเต็มเวลา	ต้องการให้คงอยู่ต่อไป	

กระยาสารแม่สังเวียน Gen 3 (เมธิส มรกั้าทอง)	ปัจจัยที่ 1 พื้นฐานความรู้ในปัจจุบันของบุคคล	ปัจจัยที่ 2 ความสามารถในการเรียนรู้ของบุคคล	ปัจจัยที่ 3 ทักษะการด้านการศึกษาและฝึกอบรม	ปัจจัยที่ 4 การเข้าถึง หรือการมีอยู่ของความรู้ที่ต้องการ	
K = Knowledge	ยังขาดความรู้ในหลายด้านที่จะนำมาปรับกับการทำงาน (การจัดกาบุคคล การเงิน วัตถุดิบ ฯลฯ)	อายุที่ยังน้อยทำให้ยังเปิดกว้างในการเรียนรู้เพิ่มเติม	เป็นหมวดที่ต้องเงินทุน และปัจจุบันเริ่มลงทุนในการหาความรู้ต่างๆ เพิ่มเติมผ่านการศึกษาระดับปริญญาตรี	ปัจจุบันเข้าถึงได้ง่ายจากเอกสารออนไลน์ บางอย่างที่ขังไม่มี ก็ลงทุนในการหาคำตอบต่างเพิ่มเติมจากการลงมือทำเอง	
กระยาสารแม่สังเวียน Gen 3 (เมธิส มรกั้าทอง)	ปัจจัยที่ 1 พื้นฐานความรู้ในปัจจุบันของบุคคล	ปัจจัยที่ 2 ความสามารถในการเรียนรู้ของบุคคล	ปัจจัยที่ 3 ทักษะการด้านการศึกษาและฝึกอบรม	ปัจจัยที่ 4 การเข้าถึง หรือการมีอยู่ของความรู้ที่ต้องการ	
A = Ability	ได้รับแรงสนับสนุนที่ดีจากการทำงานในหน้าที่ที่รับมอบหมาย แต่หากเป็นการเสนอสิ่งใหม่ มักจะถูกปฏิเสธเสมอ	พร้อมที่จะทำงานอย่างเต็มที่	ยังมีความพยายามที่จะเรียนรู้และมีสมาธิต่อการทำงานอยู่เสมอ	ยังมีไม่มากพอจากการที่ทำงานหลายอย่างในช่วงเวลาเดียวกัน (งานศิลปะ, เรียนต่อ)	

ภาพที่ 3: แสดงข้อมูลของผู้สืบทอด ใน ADKAR Model

ที่มา : ผู้วิจัย

3.4.2 SWOT

การปรับใช้ตาราง SWOT เพื่อวิเคราะห์ธุรกิจกระดาษแม่สังเวียน

กระดาษแม่สังเวียน	Helpful To achieving the objective	Harmful To achieving the objective
Internal origin	Strengths <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดปริมาณที่ผลิตต่อวันได้แน่นอนเนื่องจากมีผลิตภัณฑ์เดียว - มีตัวแทนจำหน่ายที่แน่นอนในตัวเมือง - รสชาติ คุณภาพคงที่ - ชื่อเสียงที่สั่งสมมา 	Weakness <ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเดียว - วัสดุบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูด - รูปลักษณ์ที่ไม่ได้ปรับมานาน ถูกมองว่าล้าสมัย - การแข่งขันที่ไม่ได้มีประสิทธิภาพต่อคนงาน
External origin	Opportunities <ul style="list-style-type: none"> - ตบสนองนโยบายรัฐ(OTOP) - จากส่งเสริมการอนุรักษ์ ทำให้คนสนใจผลิตภัณฑ์ที่สืบสานวัฒนธรรม 	Threats <ul style="list-style-type: none"> - ความรู้สึกยึดติดรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม - อายุที่มากขึ้น - อุปกรณ์เก่า
ผลิตภัณฑ์ใหม่	Helpful To achieving the objective	Harmful To achieving the objective
Internal origin	Strengths <ul style="list-style-type: none"> - รูปลักษณ์ใหม่ทันสมัย - ขนาดดีขึ้นในการพกพาขณะ ตบสนองความต้องการผู้บริโภค - มีบรรจุภัณฑ์ทางเลือกหากนำไปฝากครอบครัวที่ทำงาน 	Weakness <ul style="list-style-type: none"> - หากเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่จะทำให้ชื่อ กระดาษแม่สังเวียนหายไป - หากทำร่วมกันอาจเป็นการแย่งตลาดกัน ในส่วนของฝาก สำหรับเพื่อนร่วมงาน - คนเข้ามาซื้อได้ลำบากเพราะที่นี้เจอตรงจำกัด
External origin	Opportunities <ul style="list-style-type: none"> - กระแสความนิยมงานมีฝีมือ - กระแสความนิยมคาเฟ่ - คน Generation Y มีอำนาจในการใช้จ่ายมากขึ้น - นิยมผลิตภัณฑ์ที่มีภาพระยุคทันสมัยเกี่ยวกับวิถีกินในคาเฟ่ 	Threats <ul style="list-style-type: none"> - เงินทุน - ความรู้สึกยึดติดกับผลิตภัณฑ์เดิม

ภาพที่ 4: แสดงข้อมูลกรณีศึกษา กระดาษแม่สังเวียน ใน SWOT Model

ที่มา : ผู้วิจัย

โดยจากการวิเคราะห์เพิ่มเติมจากรางที่ยังไม่แสดงถึงปัจจัยภายนอก ที่แสดงให้เห็นว่า บรรจุกภัณฑ์เดิมไม่ตอบโจทย์แก่ Customer (ลูกค้าที่ไม่ได้ซื้อประจำและจำนวนน้อย) แต่เป็นการตอบ โจทย์ต่อ Consumer (ลูกค้าประจำ) ที่ซื้อเพื่อไปแจกจ่ายตามวัตถุประสงค์ดั้งเดิมของธุรกิจ เป็นปัจจัย สำคัญต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ทางเลือกใหม่ขึ้นมา

3.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบ

ปัจจัยจากภายในของการออกแบบประกอบไปด้วย

(1) วัสดุและกรรมวิธีการผลิต (Materials and Processes)

ในกรณีศึกษา วัสดุในการทำบรรจุภัณฑ์คือ กระดาษในการทำกล่อง และ ถุงพลาสติก เพื่อใส่ขนม

กรรมวิธีการผลิตของ กระดาษสาเป็นไปตามภาพสายการผลิตดังนี้

(2) ประโยชน์ใช้สอย (Function)

กล่องที่ได้รับการออกแบบใหม่จากการออกความเห็นร่วมกันจะมีรูปแบบ ที่ตอบสนองทั้ง ผู้บริโภค , เจ้าของกิจการและผู้สืบทอด คือ 1) กล่องเล็กลง บรรจุน้อยลง 2) รับประทาน หมดได้ ไม่ต้องพับเก็บ 3) ราคาเหมาะกับการขายปลีกยิ่งขึ้น

(3) รูปทรง (Form)

กล่องที่ได้รับการออกแบบร่วมกัน มี 2 แบบ คือ กล่องสี่เหลี่ยมขนาดบรรจุกระดาษสา ได้ 5 ชั้น และ กล่องบรรจุยอดกระดาษสาได้ 10 แผ่น

ในกรณีศึกษาปัจจัยภายในที่เพิ่มขึ้นมาคือ การยอมรับ ที่ปัจจัยเกิดจากการพูดคุยร่วมกันจาก ทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อร่วมกันออกแบบให้ได้ผลลัพธ์ในท้ายที่สุด

ในขณะที่ปัจจัยจากภายนอกของการออกแบบประกอบไปด้วย

(1) การแข่งขันในตลาด

ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดเป็นในประเภทของฝาก การเพิ่มทางเลือกสินค้าช่วยในการ เจาะกลุ่มผู้บริโภคใหม่มากยิ่งขึ้น

(2) ความสามารถเข้ากันได้กับระบบสากล

ตามผังบริเวณที่ร่วมกันออกแบบมีการแก้ไขเพื่อให้เข้าหลักเกณฑ์มาตรฐานการผลิตจาก สำนักคณะกรรมการอาหารและยา

(3) การควบคุมด้านความปลอดภัย

ผังบริเวณได้รับการออกแบบร่วมกันจากเจ้าของกิจการและผู้สืบทอด รวมได้ถูกตรวจสอบจากสถาปนิกอีกครั้งเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย

(4) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

กรณีศึกษา ที่ปรับปรุงแก้ไขรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้คำนึงถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติในเรื่องการลดใช้พลาสติกในการใส่ถุงบรรจุภัณฑ์อีกครั้ง ด้วยลดขนาดและจำหน่ายในช่องทางร้านกาแฟและขนมหวาน



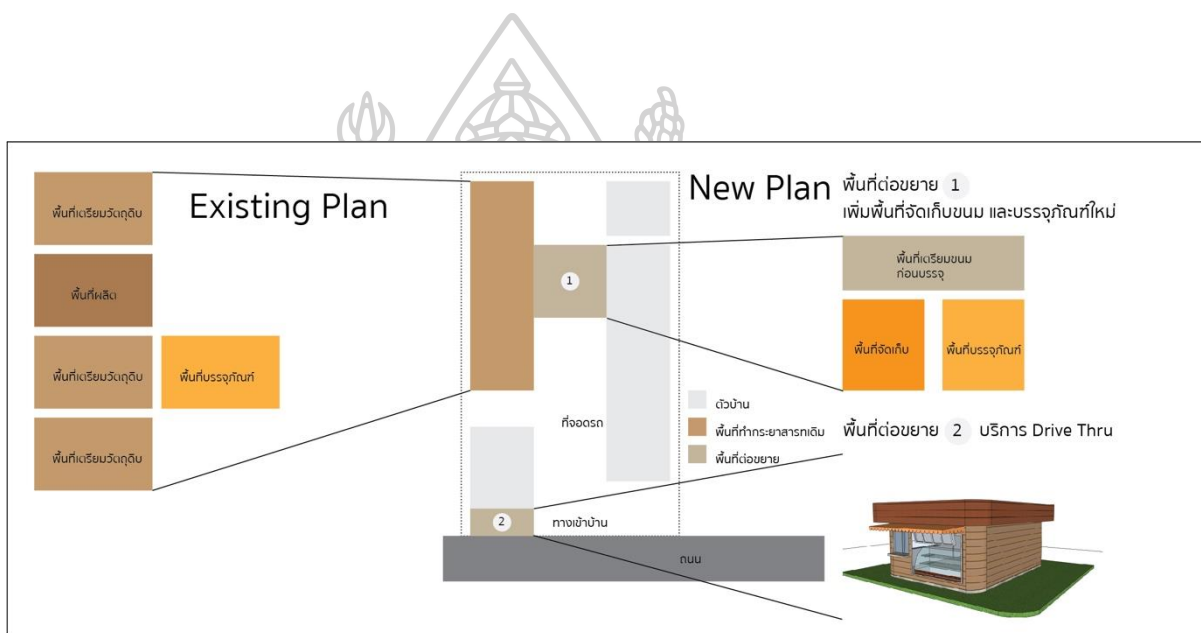
บทที่ 4
 ประยุกต์สู่การออกแบบ



ภาพที่ 5 ผังบริเวณ พื้นที่เดิม

4.1 แนวทางการออกแบบพื้นที่ร่วมกัน

จากการสัมภาษณ์ที่เจ้าของกิจการยอมรับว่ากระบวนการทำงานและพื้นที่ในบางจุดเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อการทำงาน ทำให้เกิดการร่วมกันพัฒนา โดยที่ผู้สืบทอดได้เริ่มต้นออกแบบพื้นที่ใช้สอยเบื้องต้น และได้รับข้อเสนอแนะ เพื่อปรับเปลี่ยนบางจุด เกิดเป็นการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างประสิทธิภาพการทำงานให้เพิ่มขึ้น โดยไม่มีข้อขัดแย้ง ข้อเสนอแนะถูกปรับใหม่และเป็นที่พึงพอใจจากทั้งสองฝ่าย ได้แก่ การปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้งานอย่างยืดหยุ่น และความสนใจต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น



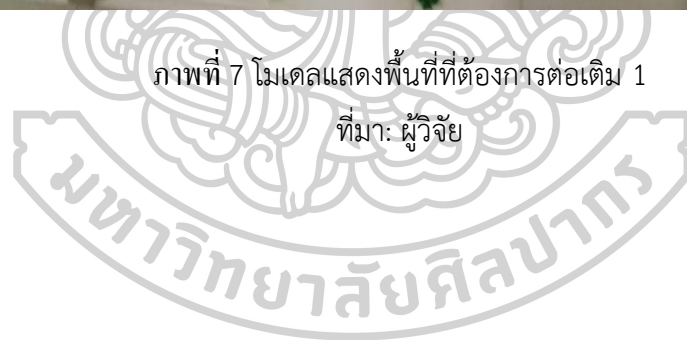
ภาพที่ 6 แบบร่างแสดงพื้นที่ที่ต้องการต่อเติมใหม่

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 7 โมเดลแสดงพื้นที่ที่ต้องการต่อเติม 1

ที่มา: ผู้วิจัย





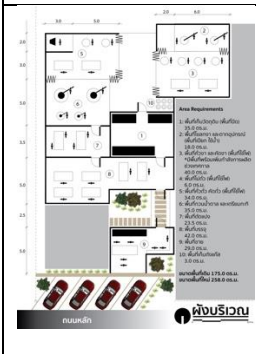
ภาพที่ 8 โมเดลแสดงพื้นที่ที่ต้องการต่อเติม 2

ที่มา : ผู้วิจัย



ตารางที่ 1 การนำผังบริเวณเดิม และ ตัวอย่าง ไปนำเสนอเพื่อรับฟังความเห็น

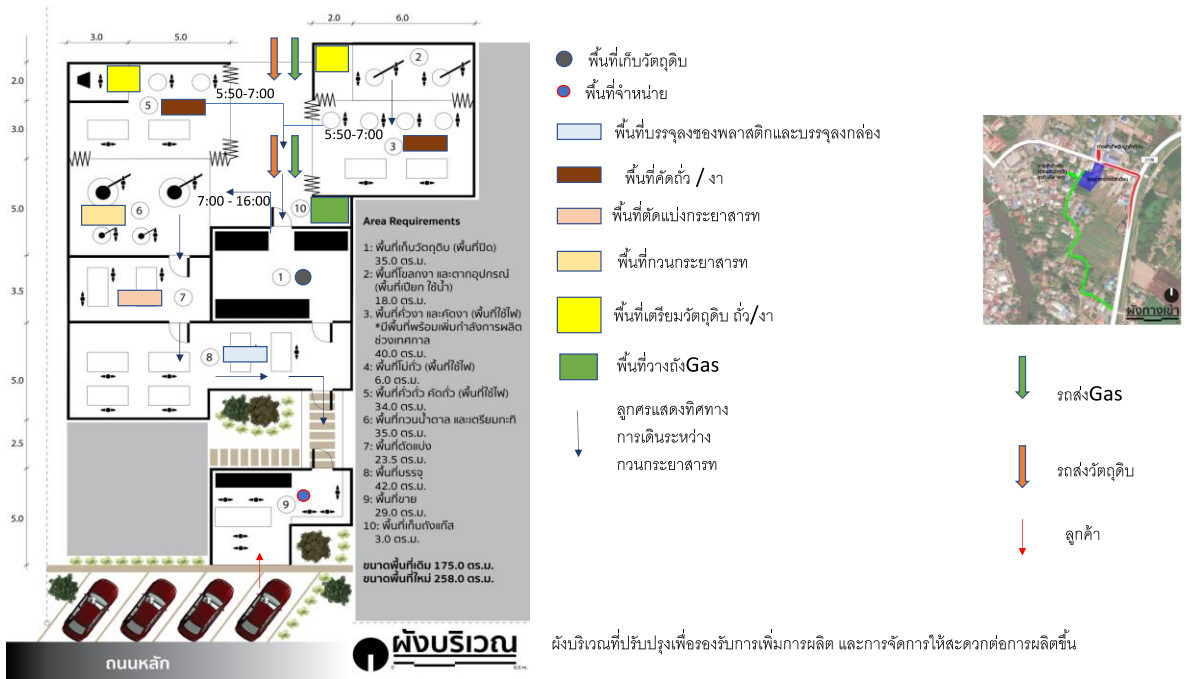
ภาพตัวอย่างการอธิบายพื้นที่	คำอธิบายภาพตัวอย่าง จากการร่วมกันออก ความเห็นเพื่อปรับปรุงผัง บริเวณ	ความเห็นจากเจ้าของ กิจการ	ความเห็นจากพนักงาน
	ภาพร่างที่เพิ่มเติมจุด จำหน่ายขึ้นเพียงจุดเดียว บริเวณด้านหน้าบ้าน	มีจุดจำหน่ายแยกก็ น่าจะดีเพราะจะได้ไม่ ต้องให้ลูกค้าเข้ามาด้าน ใน เสี่ยงต่อการสัมผัส	แยกออกไปก็น่าจะดี เพราะจะได้ไม่ต้องเดินไป ส่งเวลาคนเข้ามาไม่ได้
	ผังบริเวณเพื่ออธิบาย พื้นที่เดิมที่แต่ละ ส่วนประกอบการอธิบาย ในพื้นที่จริง	ใช่ มันก็มีพื้นที่ที่มันทับ ซ้อน และต้องเดินวนไป มา เลยต้องเดินเยอะ	ต้องชนของสลักกัน เดิน เข้าออก ถ้ามีจุดที่ สามารถเดินต่อกันได้เลย คงดี
	ภาพโมเดลที่ใช้เพื่อ อธิบายการขยายพื้นที่ เพื่อรองรับการ ปรับเปลี่ยนผัง	อยากจะขยายเพิ่มไปทาง ด้านหลังอยู่ คล้ายๆกับ โมเดลนี้แหละ	มันจะห่างกันขึ้นรีเปล่า ? ต้องแยกกัน จะเรียกกัน หรือเปล่า ?

<p>ภาพตัวอย่างการอธิบายพื้นที่</p>	<p>คำอธิบายภาพตัวอย่างจากการร่วมกันออกความเห็นเพื่อปรับปรุงผังบริเวณ</p>	<p>ความเห็นจากเจ้าของกิจการ</p>	<p>ความเห็นจากพนักงาน</p>
	<p>ผังบริเวณที่ปรับจากความคิดเห็นและตอบคำถามที่ทั้ง 3 ฝ่าย คู่กัน</p>	<p>มันก็จะเดินสะดวกขึ้น ขนของง่ายขึ้นมาก ป้าเดินน้อยลง คนงานทำงานต่อเนื่องได้ดี</p>	<p>ยังสามารถเรียกหากันได้ด้วย ดีเลย แถมขนของสะดวกขึ้นอีกไม่เดินสลับกันไปมา</p>

ผังบริเวณเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตที่ได้รับการยอมรับและพัฒนาร่วมกัน จากการเสนอตามวิธีการ Design Challenge



ภาพที่ 9: อธิบายการทำงานภายในพื้นที่กรณีศึกษา



ภาพที่ 10 อธิบายพื้นที่การทำงานที่ได้รับการปรับปรุง



ตารางที่ 2 อธิบายกระบวนการใช้ Design Challenge เพื่อสอบถามความคิดเห็นและร่วมออกแบบ
ผัง

ประเภท	คำอธิบาย	ระดับความการยอมรับ/เข้าใจ และการมีส่วนร่วม		เหมาะสำหรับ/ ตัวอย่าง
		ต่ำ สูง	กลาง	
ภาพร่าง	แบบภาพร่างแต่ละห้อง เพื่อ อธิบายแต่ละส่วนพร้อมสอบถาม สิ่งต้องการเปลี่ยนแปลง	✗ ✗		เจ้าของกิจการ (ปัญญา)
แผนผัง	แผนผังบริเวณปัจจุบันและผัง ปรับแก้ไข พร้อมสอบถาม ความเห็นเพิ่มเติม	✗	✗	เจ้าของกิจการ และพนักงาน บางส่วน
แบบจำลอง พร้อมอธิบาย	แบบจำลองที่เปิดได้พร้อม อธิบายแต่ละส่วนให้ฟัง และ ชวนให้มีส่วนร่วมในการ ออกแบบ		✗ ✗	ทุกคนในกิจการ
การอธิบาย ประกอบกับผัง บริเวณ	ผังบริเวณที่แก้ไข อธิบาย ประกอบกับเดินดูบริเวณจริง		✗ ✗	ทุกคนในกิจการ
การพูดคุย โดยตรงเพื่อ สอบถามความ คิดเห็น	พูดคุยกับพนักงานและเจ้าของ กิจการเพื่อรับฟังสิ่งที่ต้องการ แก้ไขและร่วมออกความคิดเห็น		✗ ✗	ทุกคนในกิจการ

ตารางที่ 3 ความคิดเห็น ผังบริเวณ บรรจุภัณฑ์ อธิบายโดยตารางความคิดเห็น 4 ช่อง

ชอบ	อยากได้
<p>เจ้าของกิจการ : แบบนี้ก็แบ่งเป็นสัดส่วนดี จะได้ไม่ต้องเดินวนหลายรอบ ป้าก็อยากขยายโซนด้านหลัง อยู่เหมือนกัน ลูกค้าจะได้เข้ามาแคโซนด้านหน้าที่ขาย ปลอดภัยดี</p> <p>พนักงาน : ทำความสะอาดง่ายเลยแบบนี้ เพราะ บางส่วนเราใช้แค่ช่วงเช้า พอเสร็จส่วนนั้นก็ปรับทำอย่างอื่น เก็บของก็ง่ายไม่ต้องเข็นสลับไปมา</p>	<p>พนักงาน : อยากให้เรียกกัน พูดคุยกันได้แบบเดิม</p> <p>พนักงาน : น่าจะสามารถเพิ่มวัตถุดิบให้เพิ่มจำนวน กระดาษสารทต่อกระดาษได้เลย ถ้าพื้นที่เพิ่มขึ้นแบบนี้</p> <p>เจ้าของกิจการ : อยากให้มีห้องที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเข้ามาด้านในโรงงาน</p>
<p>คำถาม</p> <p>เจ้าของกิจการ : ส่วนที่จะปรับมันจะสามารถพูดคุย หรือ เรียกว่า ได้แบบเดิมรีเปลา หรือ เป็นห้องปิดแต่ ละส่วนเลย ?</p> <p>พนักงาน : มันจะร้อนรีเปลาถ้าเราแบ่งส่วนแบบนี้ ?</p>	<p>ไอเดีย</p> <p>เจ้าของกิจการ : ถ้าเพิ่มคนงานให้สัมพันธ์กับพื้นที่นี้ ก็จะสามารถเพิ่มกำลังผลิตได้ทันในช่วงสารทสินะ</p> <p>เจ้าของกิจการ : ถ้ามีห้องจำหน่ายแยกส่วนน่าจะดี</p>

<p>พนักงาน : จะเรียกกันแบบเดิมได้รึเปล่า ?</p>	<p>ผู้วิจัย : ปรับทุกส่วนที่ใช้พนักงานเป็นบานพับ ก็จะไม่ร้อนและเรียกกันได้ตามปกติ</p> <p>ในส่วนห้องจำหน่ายเห็นด้วยว่าควรแยกเฉพาะส่วนเลย</p>
--	---

4.2 แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่

แนวทางบรรจุภัณฑ์แบบที่ได้จากการสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบ และพบปัจจัยสำคัญอย่าง การยอมรับ และออกความเห็นร่วมกัน ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากแนวคิด “จงคิด อย่าปะทะ” ทำให้กระบวนการนำเสนอต้นแบบเป็นไปอย่างเรียบร้อย ไร้ข้อขัดแย้ง โดยเป็นการรับฟังปัญหาจากผู้บริโภคและความต้องการของเจ้าของกิจการที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ทางเลือกเป็นสินค้าทดแทนในช่วงเทศกาล และผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานได้ครั้งเดียวไม่เหลือเก็บ เป็นแนวทางเบื้องต้นนำเสนอด้วยตัวอย่างก่อนจะพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์จริงและนำไปเสนอขายที่ร้านกาแฟ Coffee Is

ในผลิตภัณฑ์อีกชิ้นใส่คำที่ผู้วิจัยเคยได้รับการเสนอมาอย่างคำว่า “ยอดกระยาสารท” เพื่อใช้แทนคำที่เรียกดั้งเดิมในที่เรียกกันต่อมาว่า “ก้นกระทะ” โดยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากเจ้าของกิจการและผู้บริโภค



ภาพที่ 11 แบบบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ 1

ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 12 แบบบรรจุภัณฑ์ทางเลือกที่ 2

ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 13 เจ้าของกิจการขณะพิจารณาโมเดลและบรรจุภัณฑ์ตัวอย่างก่อนออกความคิดเห็น
ที่มา : ผู้วิจัย

4.3 ความเห็นจากเจ้าของกิจการ กรณีศึกษา ธุรกิจกระดาษแม่สังเวียน

ความเห็นในส่วนพื้นที่

- ป้าคิดมานานแล้วเกี่ยวกับการกันเป็นแต่ละโซน เพราะ อย. เคยมาแนะนำป่าไว้ แต่มันยุ่งยาก และนี่ภาพคนงานทำงานร้อนแล้วคงจะอึด เห็นแบบที่ทำมา น่าจะไม่อึดอัดอย่างที่เคยคิด

ความเห็นในส่วนบรรจุภัณฑ์

- คำว่ายอดกระยาสารท เข้าท่า หัวกระยาสารท มันฟังดูไม่ค่อยน่าซื้อ ยอดกระยาสารท ฟังดูเป็นของที่มีจำกัด มีคุณค่า เอาค่านี้นะกัน ปกติเรียกกันกระทะกันจนชิน ไม่เคยคิดคำใหม่

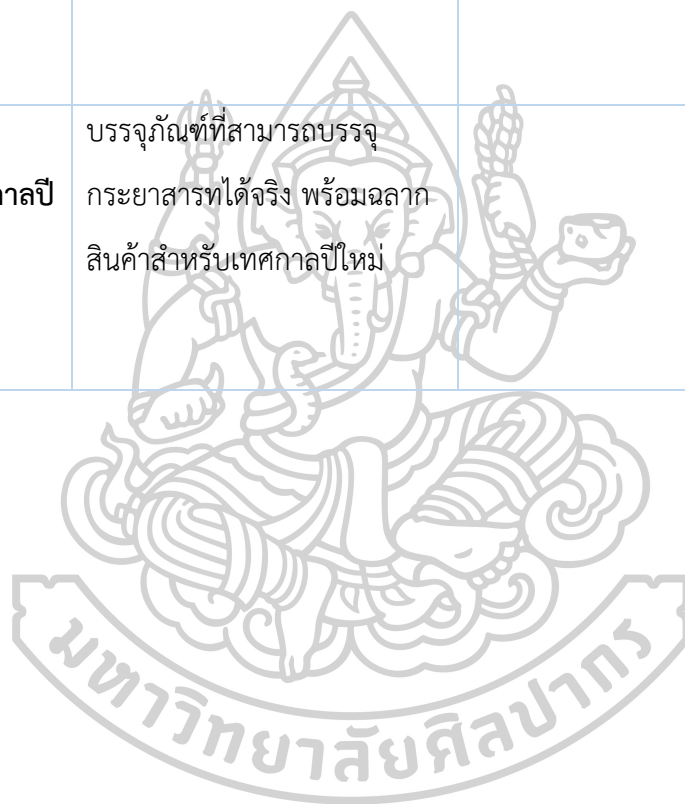
4.4 ปรับปรุงต้นแบบจากความเห็นร่วมกัน

โดยในครั้งนี้จากการรับฟังความคิดเห็นจึงเสนอต้นแบบอีกครั้งเป็น 6 รูปแบบ ที่จะใช้บรรจุทั้งกระยาสารท และ ยอดกระยาสารท โดยเจ้าของกิจการเลือก บรรจุภัณฑ์ที่ 4 และ 6 จากภาพที่ 12

ตารางที่ 4 อธิบายกระบวนการใช้ Design Challenge เพื่อสอบถามความคิดเห็นและร่วมออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

ประเภท	คำอธิบาย	ระดับความการยอมรับ/เข้าใจ และการมีส่วนร่วม		เหมาะสำหรับ
		ต่ำ	สูง	
ภาพร่าง	แบบภาพการออกแบบกล่องเพื่อนำไปสอบถามความคิดเห็น	✗	✗	เจ้าของกิจการ
บรรจุภัณฑ์ตัวอย่างแบบไม่บรรจุขนม	บรรจุภัณฑ์ที่ทำขึ้นเป็นตัวอย่างเท่านั้น ไม่สามารถบรรจุขนมจริงได้	✗	✗	เจ้าของกิจการ
บรรจุภัณฑ์ตัวอย่างสำหรับยอดกระยาสารท	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถบรรจุกระยาสารทได้จริง สำหรับชนิด ยอดกระยาสารท (กระยาสารทส่วนที่มีงาเยอะสุด)			✗ ✗ เจ้าของกิจการ / ลูกค้า (ที่ซื้อประจำและร้านกาแฟ)

ประเภท	คำอธิบาย	ระดับความการยอมรับ/เข้าใจ และการมีส่วนร่วม			เหมาะสำหรับ
		ต่ำ	กลาง	สูง	
บรรจุกฎบัตร ตัวอย่าง สำหรับ บรรจุกฎบัตร สารท 4 ชั้น	บรรจุกฎบัตรที่สามารถบรรจุกฎบัตร กระยาสารทได้จริง สำหรับ กระยาสารทปกติ			✘ ✘	เจ้าของกิจการ / ลูกค้า (ที่ซื้อ ประจำและร้าน กาแฟ)
บรรจุกฎบัตร สำหรับเทศกาลปี ใหม่	บรรจุกฎบัตรที่สามารถบรรจุกฎบัตร กระยาสารทได้จริง พร้อมฉลาก สินค้าสำหรับเทศกาลปีใหม่			✘ ✘	เจ้าของกิจการ / ลูกค้า (ที่ซื้อ ประจำและร้าน กาแฟ)



ตารางที่ 5 ความคิดเห็น จากการนำเสนอ บรรจุกฎบัตรใหม่ อธิบายโดยตารางความคิดเห็น 4 ช่อง

ชอบ	อยากได้
-----	---------

<p>เจ้าของกิจการ : เหมาะมากเลย มีแต่คนอยากได้แบบ (บรรจุภัณฑ์สำหรับยอตกระยาสารท)</p>	<p>ลูกค้า : อยากได้แบบนี้ี่ละ ทานง่าย กินหมดในครั้ง เดียว (บรรจุภัณฑ์แบบบรรจุ 4 ชิ้น)</p> <p>ลูกค้า : แบบกันกระแทก(ยอตกระยาสารท) คุณแม่ ชอบทานมาก ทานพินไม่ค่อยดี นำมาขายแบบนี้ดีเลย</p>
<p>คำถาม</p> <p>พนักงาน : มันเสียเวลาใส่ขนมไปเยอะเลยนะ</p> <p>เจ้าของกิจการ : กล่องต้นทุนสูงมาก จะลดต้นทุน อย่างไร ?</p>	<p>ไอเดีย</p> <p>พนักงาน : ต้องหั่นให้เหมาะ จะสามารถใส่ได้เร็วขึ้น แล้วให้ คนนึงใส่แยก 1 ถาด เลย</p> <p>เจ้าของกิจการ : กล่องต้องสั่งพิมพ์ร้านเราเอง ขนาด เท่านี้แหละเหมาะแล้ว</p> <p>ผู้วิจัย : มีที่ขายกล่องต้นทุนถูกลง แต่น่าจะไม่ถูกเท่า พิมพ์เอง นำนำมาลองใช้ก่อน ก่อนจะปรับเป็นพิมพ์ เอง เพราะตอนนี้มีความต้องการจากร้านกาแฟ และ ลูกค้าที่ได้เห็นบางส่วนต้องการสั่งทันที</p>

ตารางที่ 6 ผลិតภัณฑ์ที่นำไปเสนอและร่วมรับฟังความคิดเห็น

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์	คำอธิบายบรรจุภัณฑ์ที่ร่วมกันออกความคิดเห็นให้ได้มา	ความเห็นจาก เจ้าของกิจการ	ความเห็นจากพนักงาน
	<p>ภาพเสนอให้มีการเปลี่ยนชื่อเรียก จาก กั้นกระทะ เป็น ยอดกร๊ายาสารก</p>	<p>ชอบชื่อนี้ จะเริ่มปรับเอามาใช้ให้ชินเลย ถ้าเริ่มทำแบบใหม่</p>	<p>เรียกยากไปหน่อย แต่ฟังดูดีมาก</p>
	<p>ภาพเสนอให้มีการเปลี่ยนชื่อเรียก จาก กั้นกระทะ หัวกระทะ</p>	<p>มันฟังแล้วรู้สึกไม่รู้ว่าคืออะไร กั้นกระทะ ยังเข้าใจได้ง่ายกว่าและตรงความหมาย</p>	<p>ฟังดูแปลก และดูไม่ค่อยเข้ากับขนม</p>
	<p>กล่องบรรจุ ยอดกร๊ายาสารก จำนวน 10 เพื่อจำหน่าย (เป็นการนำมาจำหน่ายครั้งแรก จากเดิมแจกเพียงอย่างเดียว)</p>	<p>แบบนี้เหมาะเลย ไม่แนไป พอดี ปีใหม่ทำแบบนี้ให้ป่าด้วย คนต้องถามหาแน่นอน ดีแล้วที่ได้เอามาขายเพิ่มอีกชนิด</p>	<p>เหมาะเลย มันพอดี เพราะใช้กล่องเดียวกับกร๊ายาสารกปกติใส่ยากและปิดแล้วไม่เรียบร้อย</p>
	<p>กล่องบรรจุกร๊ายาสารกแบบธรรมดา 4 ชั้น</p>	<p>สวยมาก นี่แหละที่ลูกค้าถามหาตลอด ลองเอาไปวางขายตามร้านที่เคยถามๆดูได้เลย แต่กล่องต้นทุนสูงไป ต้องหาทางปรับ</p>	<p>ใส่ยาก เสียเวลาไปมากเลย ทั้งใส่ขนมและบรรจุลงกล่องหรืออาจจะเพราะยังไม่ชิน</p>

ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์	คำอธิบายบรรจุภัณฑ์ที่ ร่วมกันออกความคิดเห็นให้ได้มา	ความเห็นจาก เจ้าของ กิจการ	ความเห็นจาก พนักงาน
	กล่องที่เพิ่มคำตาม คำแนะนำจากเจ้าของ กิจการ	สวย ปีใหม่จะลอง วางขาย	



ภาพที่ 14 เจ้าของกิจการขณะเลือกบรรจุภัณฑ์แบบใหม่
ที่มา : ผู้วิจัย

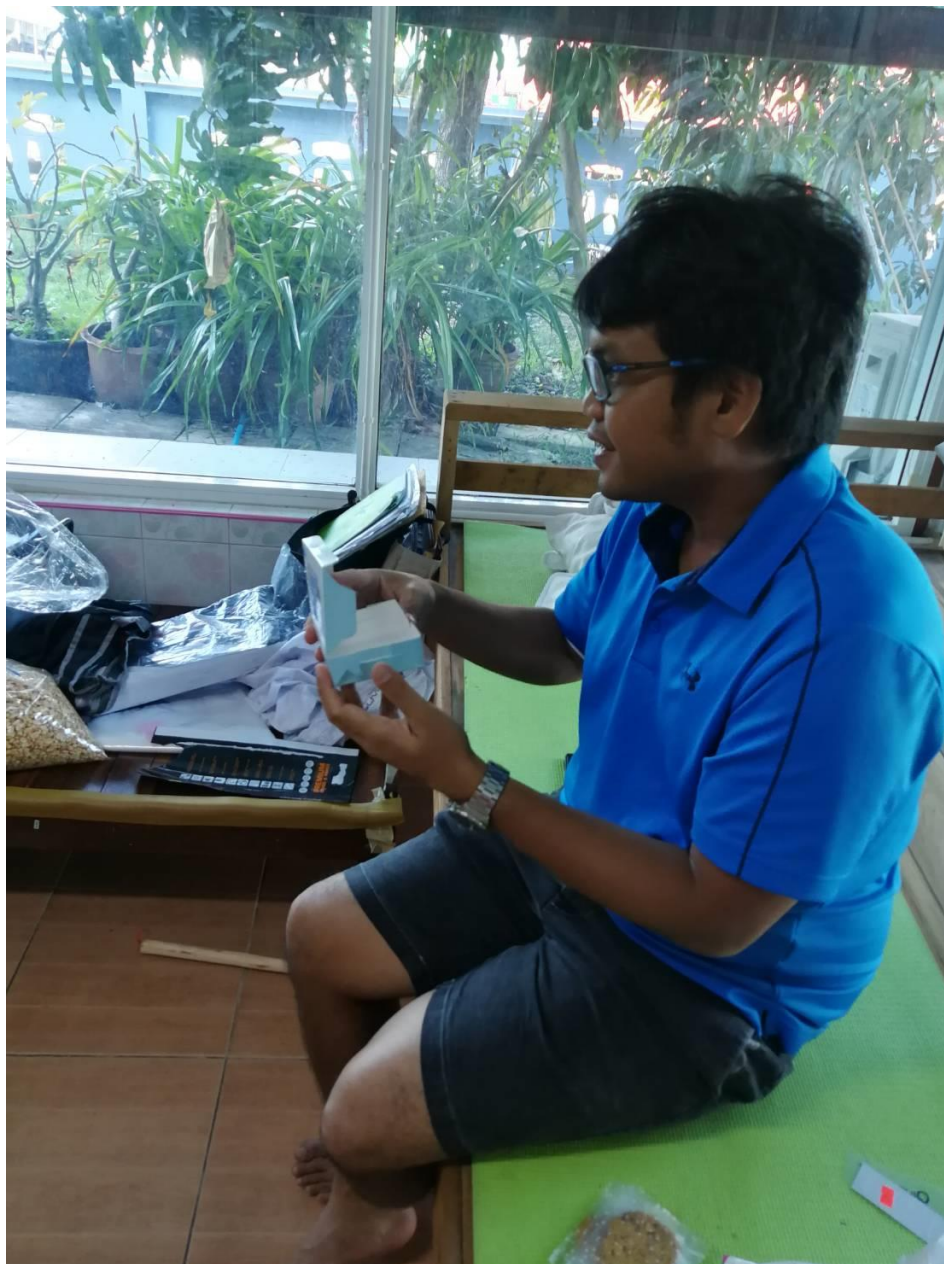


ภาพที่ 15 เจ้าของกิจการและครอบครัวขณะเลือกบรรจุภัณฑ์ใหม่





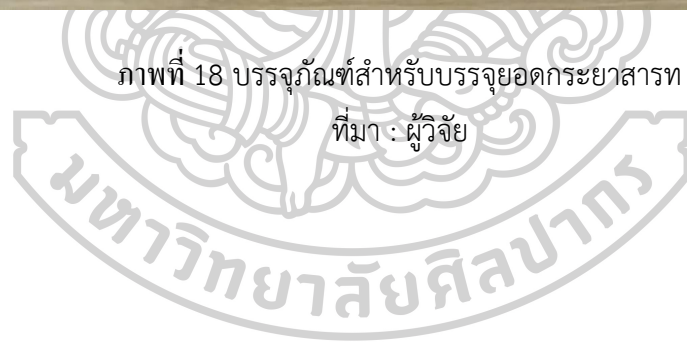
ภาพที่ 16 เจ้าของกิจการขณะเลือกบรรจุภัณฑ์ใหม่



ภาพที่ 17 คุณฤภาพ(พี่ผู้วิจัย)ร่วมออกความคิดเห็น



ภาพที่ 18 บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุยอดกระยาสารท
ที่มา : ผู้วิจัย





ภาพที่ 19 ยอดกระยาสารที่บรรจุด้านใน



ภาพที่ 20 กระยาสารแบบบรรจุด้านใน 5 ชั้น
ที่มา : ฤทธิ (2563)

4.5 ความเห็นบรรจุกฎณ์หลังการปรับปรุง

ผศ.ยุพา (เจ้าของกิจการ) : ป้าชอบกล่องลายหมิ่นะ ชอบมาก น่ารักดี แต่เอาแบบตราบ้านเราดีกว่า ที่นี้ก็ใส่กันกระทะได้โดยไม่ลั่นแล้ว อีกอันก็เหมาะเลยชิ้นเล็กที่ลูกค้าชอบถาม อยากให้ทำ

คุณฤพ (พี่ผู้วิจัย) : ทำให้พี่ 100 กล่องเลย เดี่ยวเอาฝากร้านเพื่อนพี่ชาย เพื่อนพี่ถามหามานานละ เอาแบบนี้เลย

ผศ.ชวีษฐ์ (สามีเจ้าของกิจการ) : เราคนบรรจุเข้าใจกันดีเนอะ มันต้องกล่องแบบนี้ ลูกก็ชอบ

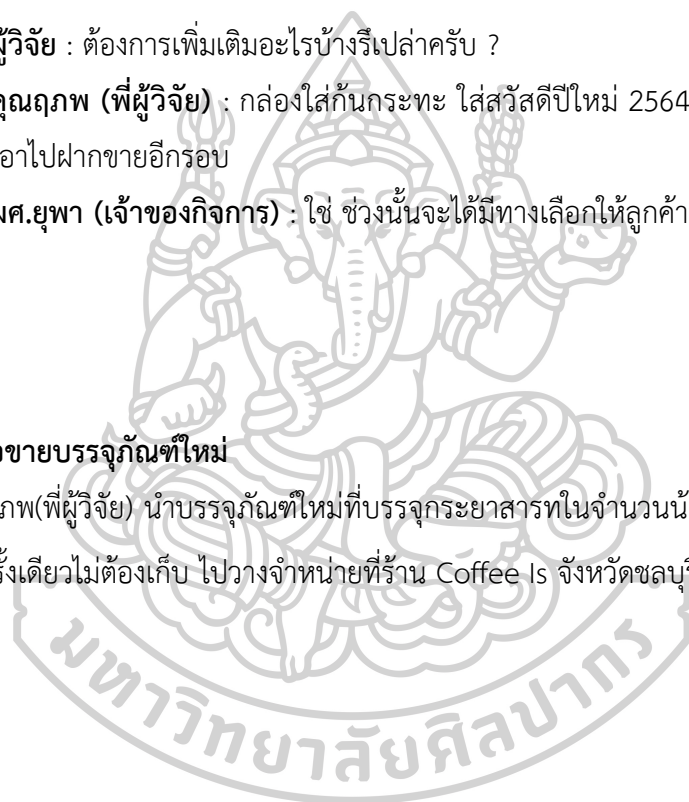
ผู้วิจัย : ต้องการเพิ่มเติมอะไรบ้างรีเปลา่ครับ ?

คุณฤพ (พี่ผู้วิจัย) : กล่องใส่กันกระทะ ใส่สวัสดีปีใหม่ 2564 เผื่อไว้เลย ช่วงนั้นพี่จะเอาไปฝากขายอีกรอบ

ผศ.ยุพา (เจ้าของกิจการ) : ไซ ช่วงนั้นจะได้มีทางเลือกให้ลูกค้าที่บ้านด้วย

4.6 เสนอขายบรรจุกฎณ์ใหม่

คุณฤพ(พี่ผู้วิจัย) นำบรรจุกฎณ์ใหม่ที่บรรจุกระยาสารในจำนวนน้อยลงและเหมาะสมสำหรับรับประทานครั้งเดียวไม่ต้องเก็บ ไปวางจำหน่ายที่ร้าน Coffee Is จังหวัดชลบุรี





ภาพที่ 21 กระยาสารแม่สังเวียนแบบบรรจุด้านใน 5 ชั้น
ที่มา : ฤภาพ (2563)



ภาพที่ 22 ภายในร้าน Coffee Is



ภาพที่ 23 เจ้าของร้าน Coffee Is และ คุณฤกษ์

4.7 ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม

ผังนี้เป็นการออกแบบร่วมกัน 3 ฝ่าย คือ ผู้วิจัย เจ้าของกิจการ และสถาปนิก โดยแบบสถาปัตยกรรมได้รับการตรวจทานและยืนยันความเหมาะสมทั้งด้านการใช้งาน ระบบโครงสร้างอาคาร และระบบไฟฟ้า-ประปา จากสถาปนิกเพื่อที่จะสามารถใช้ในการก่อสร้างได้จริง ทั้งนี้สถาปนิกที่ตรวจสอบแบบก่อสร้างได้ให้ความเห็นว่า “ในส่วนการใช้วัสดุและการกั้นในพื้นที่ในแต่ละโซน เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการทุกฝ่ายการเลือกใช้ประตูเปิด-ปิดได้แบบบานพับเป็นทางเลือกที่เหมาะสม เนื่องจากกระบวนการทำที่จะต้องมีส่วนเพื่อเปิดอากาศให้ถ่ายเทตามฝ่ายที่เจ้าของกิจการเสนอ แต่ควรกั้นแบ่งพื้นที่เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของมาตรฐานอาหารและยาตามที่ฝ่ายผู้สืบทอดออกความคิดเห็นร่วม” (มนต์ธัช, 2563)

4.8 การปรับปรุงแก้ไขตามแบบตรวจสอบกองอาหาร สำนักคณะกรรมการอาหารและยา

ในข้อที่ 6 ของรายละเอียดการตรวจสอบ แบบตรวจสอบคำขอและบันทึกข้อบกพร่อง คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน(แบบ สบ.1) มีรายละเอียดในข้อ 6.6 แบบแปลนพื้นที่ทุกชั้น ต้องแสดงระยะและมาตราส่วนให้ถูกต้องโดยแสดงสัญลักษณ์ เช่น ผนัง ประตู หน้าต่าง เส้นทางเข้า-ออก พนักงาน, ทางเข้าวัดอุณหภูมิและบรรจุภัณฑ์ และทางออกผลิตภัณฑ์รวมทั้งแสดงรายละเอียดเพิ่มเติมดังนี้

- 1) แสดงตำแหน่งการวางเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิตที่สอดคล้องกับรายการเครื่องจักร
- 2) มีการแบ่งกันห้องหรือบริเวณเก็บวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบ
- 3) มีการแบ่งกันห้องหรือบริเวณเก็บภาชนะบรรจุ
- 4) มีการแบ่งกันห้องหรือบริเวณเก็บผลิตภัณฑ์
- 5) มีการแบ่งกันห้องหรือบริเวณปรุงผสม
- 6) ห้องหรือบริเวณสำหรับวิธีการอื่น ๆ เช่น ผ่านความร้อน หรือแช่เย็น หรือแช่แข็ง หรือทำให้แห้ง แล้วแต่กรณี
- 7) มีการแบ่งกันห้องหรือบริเวณบรรจุ (กรณีผลิตน้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทต้องมีห้องบรรจุโดยเฉพาะ)
- 8) มีการแบ่งบริเวณก่อนฆ่าเชื้อและหลังฆ่าเชื้อและหลังการฆ่าเชื้ออย่างชัดเจน (กรณีการผลิตอาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทตามประกาศ สธ ฉบับที่ 349)
- 9) มีการแบ่งกันห้องหรือบริเวณ ปิดฉลาก

- 10) มีการแบ่งกันห้องหรือบริเวณล้างทำความสะอาดอุปกรณ์หรือภาชนะ และห้องหรือบริเวณเก็บอุปกรณ์หรือภาชนะก่อนและหลังใช้
- 11) มีห้องหรือตู้สำหรับเก็บสารเคมีทำความสะอาดหรือวัตถุมีพิษ
- 12) แสดงตำแหน่งอ่างล้างมือบริเวณผลิต และบริเวณเปลี่ยนชุด รองเท้าพนักงาน

ในการตรวจสอบในที่เคยมีเจ้าหน้าที่ มาตรวจสอบมาตรฐานเพื่อขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่เจ้าของกิจการเคยมีการยื่นขอมามาก่อน แต่มีข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไข ในข้อที่ 6.6 แบบแปลนพื้นที่ทุกชั้น ที่มีรายละเอียดสำคัญคือการกันแบ่งพื้นที่ให้ชัดเจน การนำเสนอผังที่ปรับทั้งตามความต้องการของเจ้าของกิจการ และเป็นไปตามข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไข เป็นสิ่งที่ผู้สืบทอดต้องการพัฒนาร่วมกัน เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของทุก ๆ ฝ่าย และได้มาตรฐานไปพร้อมกัน





ภาพที่ 24 แบบร่างแสดงการปรับปรุงทั้งหมด

ห้องกั่ว



พื้นที่คัดเมล็ดกั่วหลังคั่ว

ภาพที่ 25 แบบร่างแสดง ห้องกั่ว ที่ได้รับการปรับปรุง

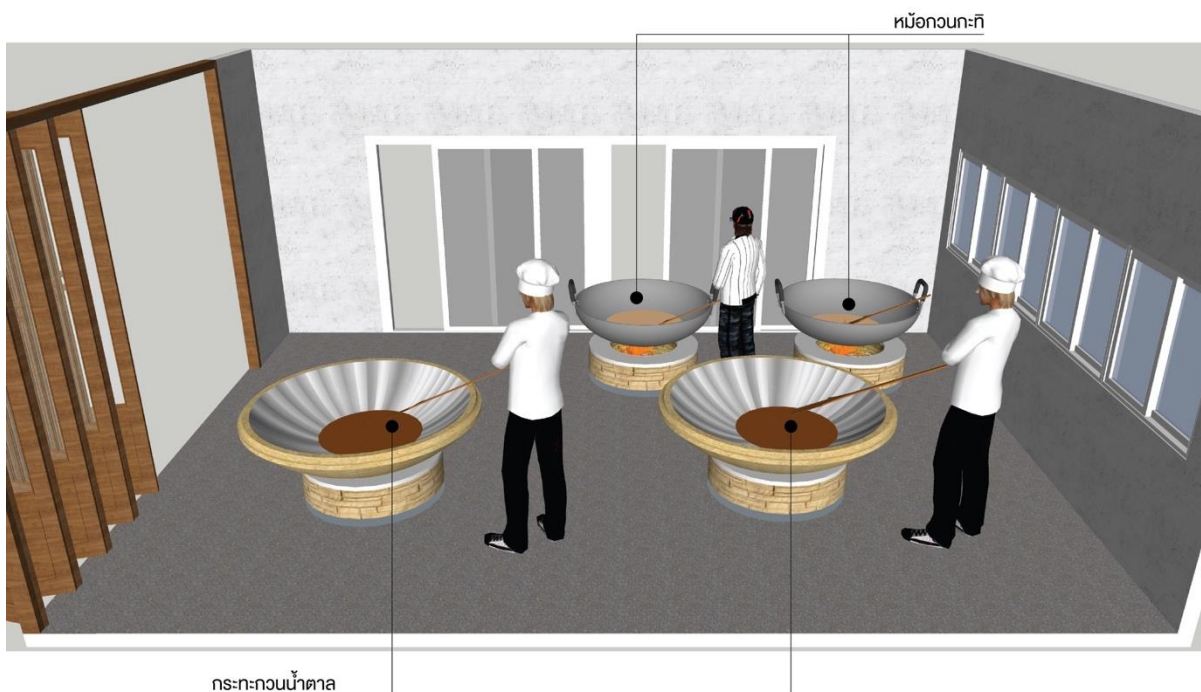
ห้องงา



ภาพที่ 26 แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องงา ที่ได้รับการปรับปรุง

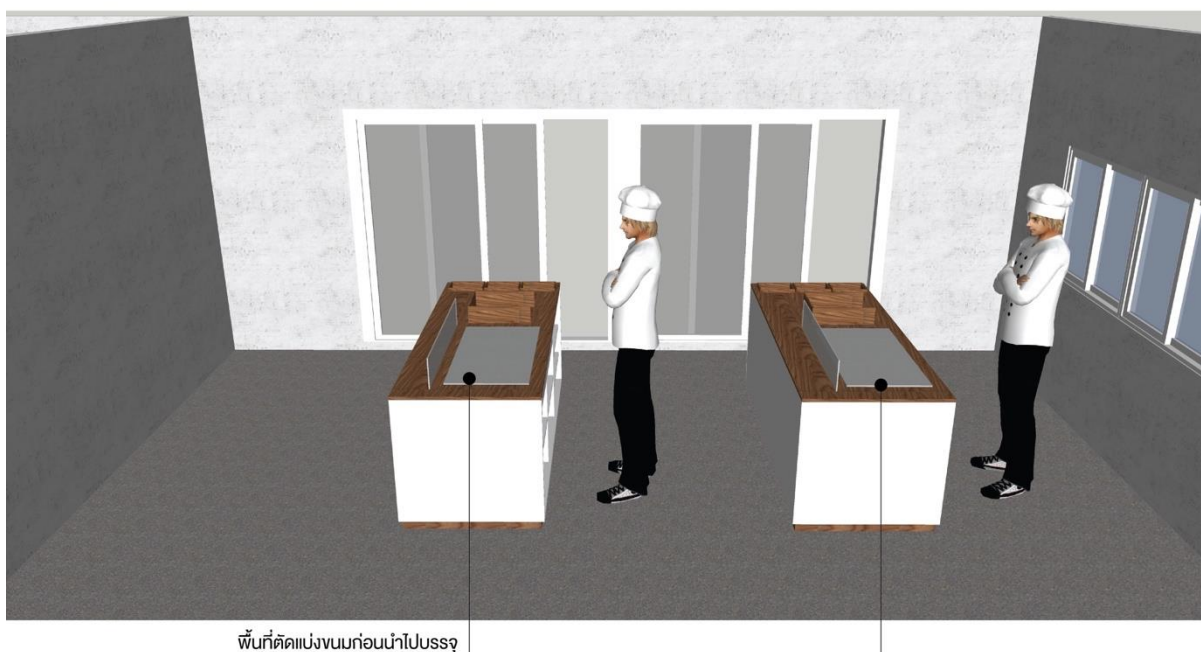


ห้องกวนกะทิและน้ำตาล



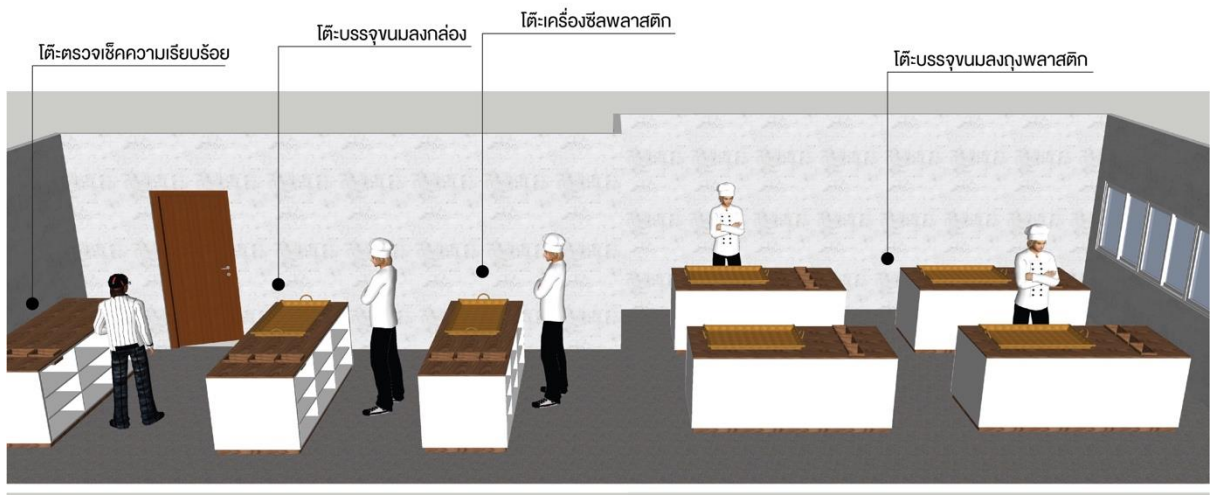
ภาพที่ 27 แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องกวนกะทิ และน้ำตาล

ห้องตัดแบ่งขนม



ภาพที่ 28 แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องตัดแบ่งขนม

ห้องบรรจุขนม



ภาพที่ 29 แบบร่างแสดงพื้นที่ ห้องบรรจุขนม

หน้าร้าน



ภาพที่ 30 แบบร่างแสดงพื้นที่สำหรับจำหน่าย

ทัศนียภาพภายนอก



ภาพที่ 31 แบบร่างแสดงทัศนียภาพภายนอก



บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.1.1 เหตุหรือปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจสืบทอดกิจการ

ปัจจัยในการสืบทอดกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ 5 ธุรกิจ มีอยู่ 2 สาเหตุ คือ เจ้าของกิจการเดิมชรา และเจ้าของกิจการเกิดอุบัติเหตุ ทำให้ไม่สามารถทำงานตามปกติได้ ประกอบกับการที่รับรู้ถึงการต้องมีผู้สืบทอด เมื่อมีปัจจัยข้างต้นมาจึงเป็นส่วนให้ตัดสินใจสืบทอดได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ด้านออกแบบสิ่งใหม่และการบริหาร ความขัดแย้งที่เกิดขึ้น กลุ่มธุรกิจตัวอย่างได้ตอบไปในทางเดียวกันคือ ขาดการยอมรับ เนื่องจากช่วงวัยที่ห่างและเป็นการเข้ามาบริหารต่อโดยตรง ภายหลังจากการศึกษาไม่นาน ทำให้ขาดการยอมรับ ในการตัดสินใจในบางเรื่อง จึงทำให้ต้องแสดงให้เห็นตัวอย่างของการตัดสินใจนั้นว่าเป็นสิ่งถูกต้อง แต่บางธุรกิจเลือกหลีกเลี่ยงและยังไม่เสนอโครงการ ในตอนนี้ โดยใช้วิธีบริหารแบบเดิมและคอยปรับแก้ปัญหาที่พบไปที่ละปัญหา

5.1.2 แนวคิดและมุมมองของเจ้าของ กรณีศึกษา กระจายสารทแม่สังเวียน

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เมื่อนำมาวิเคราะห์ จะเห็นถึงปัญหาและข้อจำกัดของธุรกิจ ที่เจ้าของกิจการต้องปรับแก้ แต่ยังคงแนวคิดและการสนับสนุน เมื่อได้รับการออกความคิดเห็นจากผู้สืบทอด ทำให้มีความคิดที่จะปรับเปลี่ยน แต่ต้องการให้คงรูปแบบการทำงานในบางส่วนที่เคยชินเอาไว้ จึงทำให้จำเป็นต้องมีพื้นที่ที่ยืดหยุ่นและรองรับการทำงานที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์จากทั้งเจ้าของกิจการและผู้สืบทอด โดยไม่เป็นการสร้างความขัดแย้งเพิ่มเติมภายในการทำงาน

5.1.3 ปัญหาและข้อจำกัดในพื้นที่การทำงาน

ข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการทำงานกรณีศึกษา คือ การผลิตไม่ทันความต้องการของผู้บริโภค ในช่วงเทศกาล เกิดจากปัญหาจากการจัดการวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการผลิตต่อวัน ที่ขาดจำนวนคนในการเตรียมวัตถุดิบ รวมถึงปัญหาพื้นที่ที่คับข้องในการทำงานทำให้การผลิตไม่ต่อเนื่องและล่าช้า

จากการศึกษาพบว่าเหตุและปัจจัยในการสืบทอดที่มาจากภาวะวัยชราของเจ้าของกิจการเดิม เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจที่จะสืบทอด ในขณะที่เดียวกันทำให้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับต่ำ จากการถูกมองเป็นผู้สืบทอดที่ยังไร้ประสบการณ์ โดยสิ่งที่สร้างการยอมรับได้ชัดเจนคือการทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอยู่เป็นประจำได้เหมาะสมและแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบ แล้วจึงเริ่มนำเสนอ ปัญหาที่พบ จากการทำงาน ต่อด้วยเสนอแนวทางแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม

5.2 การอภิปรายและข้อค้นพบ

ปัจจัยสำคัญในความตั้งใจสืบทอดกิจการคือการได้รับการยอมรับ และให้อำนาจการตัดสินใจ ที่เกิดสืบเนื่องจากการรับผิดชอบต่อหน้าที่หลักที่ได้รับมอบหมายอย่างดี เป็นเหตุให้มีความไว้วางใจว่า ผู้สืบทอดนั้น ได้พบกับปัญหาจริง แต่เจ้าของกิจการยังขาดแรงสนับสนุนในการเปลี่ยนแปลง หรือ ไม่สังเกตในปัญหา เนื่องจากมุมมองต่างกันในด้านการทำงาน

ในกรณีศึกษาที่ผู้สืบทอดเป็นผู้นำเสนอแนวทางใหม่ ที่สร้างจากหลักการออกแบบที่เน้นการมองถึงปัญหาและขีดจำกัดในการทำงาน จนออกมาเป็นพื้นที่การออกแบบเบื้องต้น และนำเสนอด้วย ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม ทำให้เจ้าของกิจการมองเห็นภาพตัวอย่างที่ชัดเจน และพร้อมออกความเห็น แนะนำและร่วมออกแบบเพิ่มเติม โดยสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันคือการเสนอแนะแนวทางเลือก และนำรูปแบบสิ่งที่คุณสืบทอดออกแบบไว้มานำเสนอพูดคุยกันเป็นประจำ ผลลัพธ์ทางเลือกที่นำเสนอต่อเจ้าของกิจการนั้นจากผลการศึกษา พบว่า การตั้งชื่อบนบรรจุภัณฑ์เป็นที่พึงพอใจในการใช้คำที่อธิบายได้ดึงดูดใจผู้ซื้อ คือ ยอดกระยาสารท และสีที่ให้ความรู้สึกแตกต่างและโดดเด่น และเป็นที่ยังพอใจต่อความต้องการผู้บริโภคที่นิยมบริโภคกระยาสารทที่ส่วนผสมแตกต่างออกไป และมีจำนวนบริโภคน้อยต่อครั้ง

ในด้านการออกผลิตภัณฑ์ใหม่แบบพื้นที่ ผู้วิจัยและเจ้าของกิจการได้ทำการออกแบบร่วมกัน ได้เป็นพื้นที่ที่สามารถปรับได้ตามความเหมาะสมในแต่ละช่วงของฤดูกาล ที่การทำงานจะแตกต่างกันออกไป โดยมีปัจจัยหลักที่ต้องรองรับและได้รับการแก้ปัญหาพร้อมกัน ได้แก่ 1) พื้นที่เก็บวัตถุดิบ 2) พื้นที่ขายและเก็บขนมที่ผลิตแล้ว 3) พื้นที่เตรียมงาน อีกทั้งยังรองรับแนวทางการป้องกันโรคระบาด และมีการรักษาระยะห่างระหว่างกัน (social distancing) ในส่วนของพื้นที่การขายที่แยกออกไปอย่างชัดเจน ทำให้เป็นที่พึงพอใจต่อเจ้าของกิจการที่เป็นผู้สูงอายุ และผู้ออกแบบที่ได้สร้างพื้นที่การใช้ที่

สะดวกต่อการทำงานยิ่งขึ้น เนื่องจากการแบ่งพื้นที่ใช้งานแต่ละชนิดออกอย่างชัดเจน ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานในแต่ละพื้นที่ขึ้น และจำแนกงานให้ฝ่ายผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเพิ่มกำลังการผลิตยังสามารถรองรับเพิ่มการผลิตในส่วนผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่น่าเสนอเพิ่มเติม และครอบคลุมในส่วนความต้องการที่มีมากในช่วงเทศกาล

5.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากอาจารย์

ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอ วันที่ 3 ตุลาคม 2562

รศ.ปรีชา บั่นกล้า

แนะนำให้เปลี่ยนชื่อหัวข้อวิทยานิพนธ์เป็น การสังเคราะห์ปัจจัยการออกแบบสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กระจยาสารทแม่สังเวียน

อ.ดร.เรืองลดดา ปุณยลิขิต

แนะนำให้ศึกษาโมเดลธุรกิจเพิ่มเติม เช่น 4M

รศ.ประติพัทธ์ เลิศรุจิดำรงกุล

แนะนำให้หาการนำเสนอให้รู้สึกถึงประโยค “ทำอย่างไรให้ป่าทิ้ง”

รศ.ร.ต.อ..ดร.อนุชา แผงเกษตร

แนะนำให้สื่อสารให้เข้าใจถึงการตลาดและสร้างโมเดลที่ออกมาเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอวันที่ 27 สิงหาคม 2563

รศ.ปรีชา ปั่นเกล้า

แนะนำให้เรียบเรียงขั้นตอนใหม่ ลำดับความสำคัญอีกครั้ง ถ้าพูดถึง “การยอมรับในสิ่งเล็กๆ” เป็น Design Factor ที่คุณค้นพบ ก็ควรจะจำแนกระดับ ของการสร้างการยอมรับสิ่งเล็กๆ ออกมาเป็น Level ต่างๆ

อ.ดร.เรืองลดดา ปุณยลิขิต

แนะนำเรื่อง BMC ว่านำมาใช้แบบไม่ถูก หากจะศึกษา แนะนำให้ปรับข้อมูลให้สอดคล้อง ถูกต้อง โดยให้กลับไปศึกษา Design Management เพื่อหา Solution ที่แท้จริง รวมถึง Clean แนวคิด วิธีการ ให้ชัดเจน

ควรมองไปในส่วนของ Genก่อนหน้า(ป้า) ด้วย ว่าการเสนอแบบนี้มานั้นคือการมองว่า Sub-brand มัน Fulfill เราแล้วมันเต็มเต็ม ป้าด้วยหรือเปล่า? แล้วทำไมถึงไม่หาวิธีการที่จะ ประนีประนอมไปด้วยกันทั้งสองฝ่าย ทำไมถึงเลือกวิธีการเป็น Sub-Brand ที่ดูเป็นการแสดงถึงการไม่ยอมรับเหตุผลกัน และกัน มันน่าจะมามีวิธีที่ Merge ความคิด ยอมรับความคิดกันและกัน และออกมาสำเร็จได้

รศ.ร.ต.อ.อนุชา แผงเกษร

แนะนำให้มองถึงสภาวะภายนอก และตอบคำถามให้ชัดเจน มองถึงคำตอบของวิทยานิพนธ์ที่จะถูกนำไปใช้

รศ.ประดิพัทธ์ เลิศรุจิดำรงกุล

แนะนำให้ควรฟังตรงลงไปให้ชัดเจน ว่าต้องการอะไร ตอนนี้ยังคลุมเครือ ที่ชัดคือมุมมองแค่ของตนเอง

ข้อเสนอแนะจากการนำเสนอวันที่ 29 ตุลาคม 2563

รศ.ปรีชา บั่นกล้า

ภาพแบบร่าง การออกแบบน่าจะทำเปรียบเทียบกันมาให้ชัด แบบใหม่จะออกมาในรูปแบบเป็นอย่างไร ให้ดูรู้เรื่องชัดเจน แบบนี้คนดูมันมองไม่ออก

รศ.รตอ.อนุชา แพ่งเกษร

กระบวนการมันหายไป มันต้องจัดการ อธิบายให้ชัดเจน เพื่อให้เข้าใจภาพรวมทั้งหมด

รศ.ประดิพัทธ์ เลิศรุจิดำรงกุล

มันเห็นแต่ผล ที่เราขมวดมา แล้วมันไม่แสดงถึงสิ่งที่ทำมาก่อนหน้านี้ แล้วผลที่ได้แบบนี้ก็ไม่สามารถเคลียร์ตัวมันเองได้ ภาพที่ออกมาการเปรียบเทียบ เก่า ใหม่ ให้ชัดเจน

ผศ.ดร.ภูวนาท รัตนรังสิกุล

ต้องเรียบเรียงมาใหม่ ให้เข้าใจในสิ่งที่ได้ทำไป เพราะกระบวนการต่างๆเราได้ทำมันมาแล้ว แต่การจะนำเสนอต้องครอบคลุม และต้องไม่รีบขมวดจนเกิดไปการนำเสนอ มันยังขาดการออกแบบในส่วนสุดท้ายบางส่วนอยู่ด้วย ภาพที่อธิบายต้องชัดเจน เข้าใจง่ายกว่านี้



รายการอ้างอิง

หนังสือ

พรานพร. ฉันนี่แหละลูกเจ้าแก้ว (I'm the heir). (2562). กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์วิเศษ

เกศินี วิฑูรชาติและคณะ. (2545). การสำรวจสภาพปัจจุบันและปัญหาของทายาท SMEs ในการสืบ
สาน กิจการต่อพร้อมช่องทางการปรับตัวของกิจการในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

นิตยา กนกมงคล(บรรณาธิการ). (2552). งานบุญเดือนสิบ:เวลาแห่งการอุทิศ คุณธรรม จริยธรรมของ
กลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: บริษัท บางกอก อินเฮ้าส์ จำกัด

พัฒนา กิติอาษาและคณะ.(2534). บุญข้าวประดับดินและบุญข้าวสาก. ขอนแก่น: ห้องปฏิบัติการทาง
มานุษยวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อัมพร ชำรงลักษณะ (2556). องค์การ: ทฤษฎี โครงสร้าง และการออกแบบ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปรานี วงษ์เทศ และ สุจิตต์ วงษ์เทศ(บรรณาธิการ). (2548). ประเพณี 12 เดือน ในประวัติศาสตร์สังคม
วัฒนธรรมเพื่อความอยู่รอดของคน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน

ฐาปนี (เรียบเรียง). (2549). พิธีกรรมและความเชื่อท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว

รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2559). ภาวะผู้นำ ทฤษฎีการวิจัย และแนวทางสู่การพัฒนา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปานฉัตต์ อินทร์คง. (2560). การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม แนวคิด รูปแบบ และการวิเคราะห์.
กรุงเทพฯ: บริษัท อันลิมิต พรีนติ้ง จำกัด

นาธาน เฟอร์ และ เจฟฟ์ ไคเออร์ (ผู้เขียน) ปรัดดา ยังสุขสถาพร และ พันธพงศ์ ตั้งธีรสุนันท์ (แปล).
(2559). กระบวนการคิดและสร้างนวัตกรรม The Innovator's Method. นนทบุรี: แอร์โรว์ มัลติมีเดีย

มาร์ตี นิวไมเออร์ (ผู้แต่ง) ปัญญา ชีวิน (ผู้แปล). (2553). บริษัท สร้างสรรค์ พันธุ์ดีไซน์. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์ มติชน

สำนักพิมพ์ มติชน

ทิม บราวน์ (ผู้แต่ง) นุจรี นาคเจริญวารี (ผู้แปล). (2554). คิดเชิงออกแบบ = เทรนด์ใหม่ของธุรกิจยุค
นวัตกรรมไม่รู้จักจบ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน

ทาดาโอะ คิโยนาริ (ผู้แต่ง) ไว จามรมาน (ผู้แปล). (2542) ทฤษฎีธุรกิจขนาดกลางย่อม. กรุงเทพฯ: โรง
พิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Alexander Osterwalder and Yves Pigneur (ผู้แต่ง) วิญญู กิ่งหิรัญวัฒนา (ผู้แปล). (2557). Business

Model Generation คู่มือสร้าง โมเดลธุรกิจ สำหรับผู้มองการณ์ไกล ผู้คิดจะทำการใหญ่ และผู้
หวังจะ ล้มยักษ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วีเลิร์น

Jeffrey M.Hiatt (ผู้แต่ง) จันทรวิภา พิพัฒน์กุล (ผู้แปล). (2561) ADKAR สุดยอดโมเดลเพื่อการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: บริษัท แอคทีฟ พรินท์ จำกัด

Mihaly Csikszentmihalyi. (2551). Flow. New York: Harper Perennial Modern Classics

Edward De Bono. (2561). Conflicts. London: Vermilion

David J.Bland and Alex Osterwalder. (2563). Testing Business Ideas. US: Wiley

Michael Lewrick, Patrick Link and Larr Leifer. (2020). The Design Thinking Toolbox. US: Wiley

William Strauss and Neil Howe. (2535). Generations. New York: William Morrow

Jean M.Twenge. (2549). Generation Me. New York: Atria Paperback

Adam Brooks. (2559). Understanding Millennials. Delaware: Brooks Book

เว็บไซต์

Admin. (2557). ทายาทรุ่นที่ 3 รับช่วงกิจการสำเร็จแค่ 12% เข้าถึงเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2562 เข้าถึงได้จาก <https://positioningmag.com/57937>

กองอาหาร. สำนักคณะกรรมการอาหารและยา เข้าถึงเมื่อ 28 ตุลาคม 2563 เข้าถึงได้จาก <https://www.fda.moph.go.th/sites/food/manual/CheckList/F-F2-19.pdf>

สัมภาษณ์

กานต์ธิดา กระตุตเงิน. ผู้ประกอบการ ปลาสัมปักประกอบจืด. สัมภาษณ์, 28 สิงหาคม 2562.

กীরดี โรจน์อนุสรณ์. ผู้ประกอบการ ผักไทยอู๋. สัมภาษณ์, 12 มีนาคม 2561.

ชัยพร อินทวิศาลกุล. ผู้ประกอบการ โรงพิมพ์ ภาพพิมพ์. สัมภาษณ์, 25 สิงหาคม 2562.

เดชินท์ อัสวสงคราม. ผู้ประกอบการ ข้าวต้ม อ้อ. สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2562.

ยุพา ยิ้มพงษ์. ผู้ประกอบการ กระจายสารแม่สังเวียน. สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2563.

มนต์รัช มะกล้าทอง. อาจารย์ประจำวิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช. สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2563.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายเมธีศ มะกล้าทอง
วัน เดือน ปี เกิด	8 ตุลาคม พ.ศ.2536
สถานที่เกิด	สระบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2559 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร พ.ศ.2560 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	190 หมู่ 4 ต.บ้านแพรก อ.บ้านแพรก จ.พระนครศรีอยุธยา 13240

