

การสร้างกลุ่มอาชีพหัตถกรรม และสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไอดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก

Grouping of Handicrafts and Decorations from Clay (Baan I Din) in Muang, Tak

พัชรินทร์ เครือเทพ¹
Phatcharin Khrueathep¹



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไอดิน) และเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพหัตถกรรมสินค้าผลิตภัณฑ์จากดินปั้น (บ้านไอดิน) โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ สินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไอดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานทางราชการ กลุ่มส่งเสริมงานด้านสินค้า OTOP คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตาก และผู้นำชุมชน ผู้วิจัยได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 คน ส่วนกลุ่มผู้บริโภค ผู้วิจัยได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาจากการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) มี 3 ด้าน คือ ด้านการผลิตที่ไม่ทันตามกำหนดเวลา ด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ และด้านการหาช่องทางการตลาด
2. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไอดิน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประโยชน์ ซึ่งส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อความสวยงาม มีลักษณะเรียบง่าย รongลงมา คือ ด้านการออกแบบ ซึ่งมีตราสินค้าที่ชัดเจน ช่วยอนุรักษ์เอกลักษณ์ไทย และมีราคาที่เหมาะสม
3. แนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพหัตถกรรมสินค้าผลิตภัณฑ์จากดินปั้น (บ้านไอดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก ด้านการผลิตสินค้าที่ไม่ทันตามกำหนดเวลา ควรมีแนวทางในการรับสมัครพนักงานเพิ่ม มีการฝึก

¹ อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยผู้นำป่า

¹ Lecturer, Faculty of Business Administration, Lumnamping College

* Corresponding author. Tel. 095-6356163, 089-5155463 E-mail: kphatcharin@gmail.com

อบรมวิธีการปั้นในรูปแบบต่างๆ ด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ ควรมีนำวัสดุจากसानมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้า ใช้วัสดุที่สร้างแรงจูงใจให้ซื้อสินค้า และด้านการหาช่องทางการตลาด ควรมีการจัดนิทรรศการนำเสนอสินค้า การเปิดร้านใหม่ตามศูนย์การค้า การส่งตัวแทนไปนำเสนอสินค้าให้กับร้านค้าเครื่องประดับ และเปิดช่องทางการขายในระบบออนไลน์



Abstract

This research aims study of the problems of the group from clay (Baan I Din). To the satisfaction of buying jewelry from clay and to study the development of handicraft from clay (Baan I Din). Using research by Mixed Methods Approach: Qualitative and Quantitative Research design. The sample were operators, manufacturers of packaging products jewelry and clay (Baan I Din). Tak: community officials Tak, Tak Commercial officer and community leaders. The research sample by Purposive Sampling 5 persons and Sample Random Sampling 300 persons. Tools used include semi-structured interviews. Queries about the five-level statistics used to analyze the frequency, average, and standard deviation.

The results that:

1. Problems of implementation of a handcrafted from clay (Baan I Din) had 3 aspects: The production was behind schedule. Production packaging and finding a market niche.

2. Satisfaction of consumers toward purchasing jewelry from clay (Baan I Din) were at the most beneficial to them beauty. A simple followed by the design. The distinctive brand Thailand helped preserve identity the price was right.

3. The development of handicraft products from Clay (home-din). Tak and the production behind schedule. There should be guidelines for the recruitment of additional staff. Training in how to sculpt various forms of packaging. There should be woven into material suitable for packaging products. Material incentives to purchase. And finding a market niche. Should the exhibition offer. The opening of new stores. According to the Center for Trade Sending representatives to offer products to jewelry stores. And sales channels online.

Keywords: the Group of Handicraft, decorations from clay, marketing channels



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศตามทิศทางการพัฒนาในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่มุ่งเน้นการสร้างภูมิคุ้มกันในด้านต่างๆ ให้แก่ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ โดยใช้แนวคิดและทิศทางการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่เชื่อมโยงทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุนกายภาพ ทุนทางการเงิน และทุนทางวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาสังคม และการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ จากสถานการณ์ปัจจุบันพบว่า ภาคอุตสาหกรรม

คงเป็นภาคที่มีบทบาทสูงต่อระบบเศรษฐกิจ แต่ประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมยังไม่ได้มีการพัฒนาเท่าที่ควร เพราะมีผลผลิตทางการผลิตเฉลี่ยช่วงสองปีแรกของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (ปี 2550-2551) ขยายร้อยละ 2.66 เท่านั้น เนื่องจากการผลิตส่วนใหญ่ยังคงอาศัยปัจจัยทุนและยังคงพึ่งพาการตลาดการส่งออกสูง ตลอดจนยังคงพึ่งพาวัตถุดิบและเทคโนโลยีจากต่างประเทศ หนึ่งในแนวทางการพัฒนาภาคบริการที่ได้ชี้แนะไว้คือ ควรพัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย ทั้งนี้เพื่อพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของชุมชน รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบใหม่ของโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553: ข, 110, 123) ทิศทางการพัฒนาดังกล่าว เป็นความจำเป็นที่ต้องดำเนินการพัฒนาอย่างเร่งด่วน เพราะมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติด้านการสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจ สิ่งที่น่าเน้นอย่างหนึ่งคือการพัฒนาและจัดการองค์ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และเกษตรสร้างสรรค้อย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2553: 18-19) หน่วยงานที่ดูแลประชาชนในเรื่องความเป็นอยู่ และการสร้างอาชีพเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน เช่น กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยหน่วยงานย่อยของกรมพัฒนาชุมชนที่สามารถเข้าใจปัญหาและความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริงคือสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ซึ่งดูแลการลงทะเบียนสินค้า OTOP ในระดับจังหวัด นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ โดยดูแลการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น สำนักงานสหกรณ์จังหวัด กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ผู้ประกอบการสินค้า OTOP และ/หรือวิสาหกิจชุมชน ถือเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน ช่วยให้ประชาชนในกลุ่มมีงานทำเพิ่มขึ้น และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

จังหวัดตากมีหน่วยงานที่ส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก และสำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก จึงส่งผลให้เกิดผู้ประกอบการสินค้า OTOP ขึ้น มีสินค้าลงทะเบียนมากถึง 318 ราย เมื่อแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์มีจำนวนถึง 601 ผลิตภัณฑ์ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก, 2553) ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากหัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้า OTOP พบว่าสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน แต่ผู้ผลิตสินค้าบางกลุ่มยังมีปัญหาด้านช่องทางการตลาด ทำให้ไม่สามารถเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนากลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้นและแนวทางการเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น อำเภอเมือง จังหวัดตาก การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานที่อยู่ในแผนการวิจัยและพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) และเป็นแนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้กับสินค้าอื่นๆ ได้อีกด้วย



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้นของผู้บริโภคหรือผู้สั่งซื้อสินค้า
3. เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพหัตถกรรมสินค้าผลิตภัณฑ์จากดินปั้น (บ้านไอดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภค ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานทางราชการ กลุ่มส่งเสริมงานด้านสินค้า OTOP ประเภทสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไผ่ดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ สินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไผ่ดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานทางราชการ กลุ่มส่งเสริมงานด้านสินค้า OTOP คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตาก และผู้นำชุมชน ผู้วิจัยได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 คน ส่วนกลุ่มผู้บริโภค ผู้วิจัยได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 300 คน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Approach: Qualitative and Quantitative Research design) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มี 2 กลุ่ม กระบวนการเก็บข้อมูลแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยในกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพใน 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไผ่ดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้ผลิตเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไผ่ดิน) ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านสินค้า OTOP อำเภอเมือง จังหวัดตาก การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือวิจัยที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ปลายเปิด เครื่องมือวิจัยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

ระยะที่ 2 การศึกษาแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพหัตถกรรมสินค้าผลิตภัณฑ์จากดินปั้น (บ้านไผ่ดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก ผู้วิจัยใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไผ่ดิน) ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมงานด้านสินค้า OTOP อำเภอเมือง จังหวัดตาก การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือวิจัยที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ปลายเปิด เครื่องมือวิจัยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ

เครื่องมือวิจัยในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ใช้เชิงพรรณนา วิเคราะห์เนื้อหาและค่าแจกแจงความถี่แบบธรรมดา (Simple Frequency Distribution)

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้นของผู้บริโภคหรือผู้สั่งซื้อสินค้า กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคหรือผู้สั่งซื้อสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้น (บ้านไผ่ดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก จำนวน 300 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจความคิดเห็นนี้ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับของ Likert สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องประดับจากดินปั้นของผู้บริโภคหรือผู้สั่งซื้อสินค้า โดยกำหนดมาตราประมาณค่าความคิดเห็น ดังนี้

1 = น้อยที่สุด, 2 = น้อย, 3 = ปานกลาง, 4 = มาก และ 5 = มากที่สุด เครื่องมือวิจัยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือคำนวณโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค อยู่ที่ 0.80 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์ประเมินค่าคะแนนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

คะแนนตั้งแต่ 4.51-5.00	แปลผล	มากที่สุด
คะแนนตั้งแต่ 3.51-4.50	แปลผล	มาก
คะแนนตั้งแต่ 2.51-3.50	แปลผล	ปานกลาง
คะแนนตั้งแต่ 1.51-2.50	แปลผล	น้อย
คะแนนตั้งแต่ 1.00-1.50	แปลผล	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้อาจจากการจัดบันทึกการเรียนรู้จากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม มาจัดกระทำโดยรวบรวมประเด็นเข้าด้วยกัน ทำการลดทอนข้อมูล ตรวจสอบข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งข้อมูลรายวันและภายหลังสิ้นสุดการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาตามประเด็นที่ศึกษาแล้วนำเสนอเชิงพรรณนา



สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก พบว่ากลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) ตั้งอยู่ที่ 155/20 ถนนมหาชาติไทยบำรุง ตำบลหนองหลวง อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000 ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP มีผลิตภัณฑ์หลายอย่างที่ผลิตจากดินปั้น กลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) ปัจจุบันมีพนักงานจำนวน 6 คน มีจุดเริ่มต้นมาจากเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2547 ผู้ประกอบการได้เห็นชุมชนระแหงปั้นดอกไม้จากพิมพ์ และจากการชมภาพยนตร์มรดกโลกทุ่งที่มีการแต่งตัวแบบไทยและตกแต่งด้วยเครื่องประดับที่เป็นดอกไม้ จึงเกิดความสนใจและมาฝึกปั้นโดยใช้มือและประยุกต์เป็นเครื่องประดับ สินค้าประเภทแรกเริ่มจากการทำต่างหูไปวางขายปรากฏว่าขายดีและยังมีคนถามซื้อสร้อยคอ จึงมีการประยุกต์ทำดอกไม้เป็นรูปเพื่อร้อยทำสร้อยคอ โดยตั้งชื่อธุรกิจว่าบ้านจากดิน ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นบ้านไอดินและใช้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) ได้รับสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2553 ของจังหวัดตาก ระดับ 4 ดาว และปัจจุบันได้ระดับ 5 ดาว เรียบร้อยแล้ว เครื่องประดับจากดินปั้นเป็นงาน hand made มีตรายี่ห้อเป็นของตนเอง มีชื่อเสียงซึ่งสินค้าผลิตจากวัตถุดิบที่ใช้มีคุณสมบัติพิเศษ คุณภาพดี ทนน้ำ ไม่ขึ้นรา และได้มีการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ฝีมือประณีต สีสดใส สวยงาม เหมาะที่จะสวมใส่กับเสื้อผ้าหลากหลายสไตล์ และมีการพัฒนาประเภทสินค้าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงภูมิปัญญาไทยได้เป็นอย่างดี

ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมจากดินปั้น (บ้านไอดิน) คือปัญหาของกระบวนการผลิตสินค้าหากคนทำยาก เนื่องจากสินค้าที่ผลิตต้องใช้พนักงานที่มีฝีมือและความชำนาญเป็นพิเศษ การปั้นดอกไม้ต่างเล็ก ๆ ต้องใช้เวลานาน พนักงานส่วนใหญ่เห็นว่าได้ค่าจ้างไม่คุ้มค่า เมื่อไม่มีแรงงานและเป็นสินค้าที่ทำจากมือ จึงมีกำลังการผลิตต่ำ ผลิตสินค้าไม่ทัน ทำให้เสียโอกาสในการรับคำสั่งซื้อในจำนวนที่ควรจะได้ และยังพบว่าพนักงานขายลาออกบ่อยมาก พนักงานขายถือเป็นหุ้นในการโฆษณาสินค้า โดยมีการแต่งตัวเป็นชุดย้อนยุคแล้วตกแต่งเครื่องประดับต่าง ๆ ถือเป็นการนำเสนอสินค้าอีกช่องทางหนึ่งด้วย

ปัญหาในเรื่องของบรรจุกัณฑ์ ในการนำเสนอสินค้าจะต้องมีบรรจุกัณฑ์ที่เหมาะสม สามารถดึงดูดลูกค้าได้ ซึ่งการจะรวมกลุ่มกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานหัตถกรรมอื่นที่เป็นผลิตภัณฑ์จักสานเพื่อทำเป็นบรรจุกัณฑ์ มีปัญหาตรงที่เขาไม่เห็นความสำคัญและประโยชน์ว่าจะทำไปเพื่ออะไร เสียเวลาในการผลิต การสานงานฝีมือที่ไม่ต้องละเอียดก็สามารถขายได้ การสานงานที่ละเอียดเกินไปจะต้องใช้เวลานานกว่าสินค้าอื่นๆ จึงไม่อยากจะร่วมด้วย นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านช่องทางการตลาดที่ยังไม่เป็นระบบ และไม่ได้มีการนำเสนอสินค้าที่จะช่วยทำให้สินค้ากระจายเป็นวงกว้าง จึงทำให้ไม่ค่อยมีคนรู้จักและไม่ได้ให้ความสนใจ

2. ผู้บริโภคหรือผู้สั่งซื้อสินค้ามีความพึงพอใจต่อสรั้อยคอสน่มากที่สุด รองลงมา คือ ต่างหูและสร้อยข้อมือ ส่วนปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อเครื่องประดับจากดินปั้นด้านประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อความสวยงาม มีลักษณะเป็นแบบเรียบง่าย ไม่ดูรุงรังเกะกะ ไม่เกาะเกี้ยวเสียดผ้า ใช้สบายไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ เมื่อสวมใส่แล้วช่วยเสริมให้มีบุคลิกและความเชื่อมั่นที่ดีขึ้น เป็นการเปลี่ยนความจำของเครื่องแต่งกายไม่ให้ซ้ำซาก ดูมีชีวิตชีวา ส่วนปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อเครื่องประดับจากดินปั้นด้านการออกแบบ คือ มีตราสินค้าที่ชัดเจน (บ้านไอนิน) ช่วยอนุรักษ์ศิลปะแบบไทยๆ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณประโยชน์ที่ได้รับ และมีฝีมือมีความประณีต ละเอียดอ่อน นอกจากนี้ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อเครื่องประดับจากดินปั้นด้านเทคนิคการขาย และความสะดวกในการซื้อของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าพนักงานขายมีอัธยาศัยและใส่ใจต่อการให้บริการเป็นอย่างดี การตกแต่งร้านค้าที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้ดี พนักงานขายมีความสามารถในการจูงใจได้ดี มีการสาธิต แนะนำข้อมูลและวิธีการใช้สินค้า และมีแหล่งจำหน่ายที่ซื้อหาได้สะดวก

3. แนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพหัตถกรรมสินค้าผลิตภัณฑ์จากดินปั้น (บ้านไอนิน) อำเภอเมือง จังหวัดตาก กรณีของการแก้ปัญหาด้านการผลิตสินค้าไม่ทัน จะต้องมีการรับสมัครพนักงานเข้ามาทำงาน ควรมีการฝึกอบรมวิธีการผลิต วิธีการปั้นในรูปแบบต่างๆ และเทคนิควิธีการผลิตสินค้าให้ได้รวดเร็ว ใช้เวลาน้อย ได้ปริมาณมาก และมีคุณภาพตามต้องการ หรือทำการติดต่อโรงเรียนที่เด็กประจำหอพักให้มีการฝึกงานฝีมือ และเป็นกลุ่มที่ยังไม่เคยหารายได้ด้วยตนเอง ส่วนการแก้ปัญหาด้านบรรจุกัณฑ์ ควรมีการเลือกใช้บรรจุกัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้า เป็นวัสดุที่หาง่าย หากต้องการรวมกลุ่มกับผู้ผลิตสินค้าจักสานเพื่อนำมาเป็นบรรจุกัณฑ์ ควรสร้างแรงจูงใจ และนำเสนอสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าสินค้าที่เป็นอยู่และการตลาดเป็นเรื่องสำคัญที่สุด หากไม่มีการนำเสนอสินค้าต่อให้สินค้าดีเพียงใดก็ไม่มีประโยชน์ เพราะผู้ซื้อไม่เห็นลักษณะและรูปแบบสินค้า ซึ่งการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางบ้านไอนินได้มีการจดทะเบียนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเมื่อนำสินค้าไปขายต่างประเทศ และการออกบูธแสดงสินค้าบ่อยๆ จะทำให้สามารถนำสินค้าออกขายได้หลายจังหวัดมากขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าเครื่องประดับที่ซื้อประจำ แต่มีแนวโน้มว่าผู้บริโภควัยรุ่น ซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ จะซื้อสินค้าเครื่องประดับทั่วไปมากกว่า ดังนั้นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการเปิดร้านค้าใหม่ๆ ตามศูนย์การค้าทั่วไป หรือมีการส่งตัวแทนขายไปเสนอขายให้กับร้านขายเครื่องประดับตามศูนย์การค้า หรือร้านขายเครื่องประดับทั่วไป ก็เป็นการกระจายสินค้าได้มากขึ้นอีกวิธีหนึ่ง ในปัจจุบันระบบอินเทอร์เน็ตช่วยให้ผู้ผลิตสามารถจำหน่ายสินค้าโดยใช้ช่องทางการจำหน่ายทางตรงได้มากขึ้น เนื่องจากประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้บริโภคมีประสิทธิภาพดีขึ้นและต้นทุนถูกลง ดังนั้นการขายสินค้าในระบบออนไลน์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถเพิ่มช่องทางการตลาดได้อีกด้วย นอกจากนี้ อัธยาศัยและการบริการของพนักงานขายในการต้อนรับและเอาใจใส่ในการบริการที่ดีต่อลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุด และการเสนอเงื่อนไขพิเศษให้กับลูกค้าเพื่อส่งเสริมการขาย แล้วแต่ดุลยพินิจของเจ้าของกิจการว่าจะเสนอเงื่อนไขอย่างไรให้เหมาะสม และดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีเทคนิควิธีการขายที่ดึงดูดความสนใจของลูกค้า และพนักงานขายจะต้องเอาใจใส่ลูกค้าให้มากขึ้น
2. การตกแต่งร้านต้องสะอาด สวยงาม เห็นแล้วสะดวกสามารถดึงดูดลูกค้าได้เช่นกัน
3. ควรออกแบบสินค้าให้ทันสมัย ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูด สวยงาม ทันสมัย ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อมากขึ้น เพราะลัทธิปัจเจกบุคคลและการกระจายสินค้าตามช่องทางการจัดจำหน่ายของลูกค้าต้องการ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ การจำหน่ายจะเกิดประสิทธิภาพได้สินค้านั้นจะต้องมีคุณภาพ มีรูปลักษณ์ดึงดูดเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเช่นกัน



เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2553). *การขับเคลื่อนกระบวนการแผนชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2553). *แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพกลุ่มอาชีพด้านการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และการจัดการทุน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- กฤษฎิญา มูลศรี. (2551). *ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชุมชน*. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัท วีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สมศิริ พรหมมูล. (2543). *การประดิษฐ์และสร้างสรรค์ช่อดอกไม้*. นนทบุรี: บริษัท เอช-เอน กรุ๊ป จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2533). *ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11*. เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2553 ของ สศช. วันศุกร์ที่ 6 สิงหาคม 2553 ณ ห้องแกรนด์ ไดมอนด์ บอลรูม ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก. (2553). *การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2553*. ตาก: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก.