

การพัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ : ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มสตรี แม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

คณกร สว่างเจริญ* วันทนี สว่างอารมณ์** อรพิมพ์ มงคลเคหา***
ประสิทธิ์ เวชบรรยงรัตน์****

*สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

**สาขาวิชาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

***สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

***สาขาวิชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

1061 ถนนอิสรภาพ แขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

บทคัดย่อ

การพัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มสตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด โดยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าด้วยวิธีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่างยิ่งด้านการบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิธีการศึกษาเป็นแบบกรณีศึกษาที่ใช้ความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน กลุ่มสตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์และคณะผู้วิจัย โดยมีการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่องานขายสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำการประเมินผลโดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าชนิดขายปลีกและขายส่ง 2 ประเภท ประเมินความพึงพอใจและการยอมรับบรรจุภัณฑ์ด้วยแบบสอบถาม พื้นที่ทำการวิจัยคือพื้นที่หมู่ 3 ตำบลสวนส้ม อำเภอ บ้านแพ้ว ประชากรที่ศึกษาได้แก่กลุ่มสตรีแม่บ้านที่ผลิตดอกไม้ มีจำนวน 20 ราย

ผลการศึกษาด้านบริบทของสินค้าเพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ประเภท 4 ขนาด สำหรับขายปลีกและขายส่ง คือบรรจุภัณฑ์ขายปลีกขนาดเล็กสูง 16.5 เซนติเมตร กว้าง 6 เซนติเมตร ยาว 4.5 เซนติเมตร และขนาดใหญ่สูง 22 เซนติเมตร กว้าง 9 เซนติเมตร ยาว 7 เซนติเมตร สำหรับบรรจุภัณฑ์ขายส่งขนาดเล็กสูง 28.5 เซนติเมตร กว้าง 30 เซนติเมตร ยาว 22.5 เซนติเมตรและ ขนาดใหญ่ สูง 39.5 เซนติเมตร กว้าง 45 เซนติเมตร ยาว 35

เซนติเมตร ผลการประเมินความพึงพอใจและการยอมรับจากทั้งกลุ่มผู้ผลิตและผู้ซื้อโดยใช้ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ มีผลการยอมรับและพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ทั้งสองกลุ่ม ส่วนการเปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับลักษณะบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิต ($\bar{X}= 4.8025$) และผู้ซื้อ ($\bar{X}= 4.1220$) ด้วย t -test พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การพัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์โดยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปสู่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถพัฒนาโปรแกรมได้แล้วเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้วโดยสามารถเข้าไปดูได้ที่เว็บไซต์ www.bsru.ac.th/~ecombsru สามารถซื้อขายสินค้าได้เป็นปกติ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับชุมชน

คำสำคัญ ระบบผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์/ กลุ่มสตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร/ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The development of Artificial Flowers Production System: A Case Study on Housewife group, Suansom District, BanPaew, Samutsakon Province has objectives to develop an increase of marketing channel of product e-commerce and the packaging prototypes of product retails and wholesales. Participatory action research between the housewife group and team researchers are used to be studied. The population is a small enterprise of housewife group at Suansom District in BanPaew Samutsakon Province whom handmade of artificial flowers with 20 cases. The research process is checked by the context of goods, packaging designs, public relation documents, and design of original packaging of four sizes. The evaluation of original packaging is made for satisfaction and perception questionnaire of sample groups. Sample groups are the artificial flower group housewives of Saansom District Amphur Banpaew and the buyer group at Samutsakorn Province. The evaluation results have adjusted the prototype packaging for the final step. The quantitative analysis methods are percentage, mean, and frequency. The qualitative analysis is made from interview and analysis with collecting field data.

The results indicate that the research can develop packaging in 2 prototypes for 4 sizes. The satisfaction of manufacture in packaging design and public relation data on packagings are used to evaluate. The purchasers are satisfied with the packaging designs and perception of the public relation data. There are four packaging designs. The two retail packaging designs are small size (height 16.5 centimeters: width 6 centimeters: length 4.5 centimeters) and big size (height 22

centimeters: width 9 centimeters: length 7 centimeters). The two wholesale packaging's are small size (height 28.5 centimeters: width 30 centimeters: length 22.5 centimeters) and big size (height 39.5 centimeters: width 45 centimeters: length 35 centimeters).The comparison of packaging designs in the manufacturer group ($\bar{X}= 4.8025$) and the buyer group ($\bar{X}=4.1220$) is reliable with t-test which showed significant difference at 0.05.

The development of e-commerce program is to create another marketing channel in public of artificial flowers. The purchasers can order the goods at the website www.bsru.ac.th/~ecombsru.

Keywords: Artificial Flowers Production System/ Housewife group of Suansom District
BanPaew, Samutsakon Province /e-commerce

บทนำ

สภาพการณ์ของประเทศไทยปัจจุบัน แม้ว่าจะมีการเปลี่ยน โครงสร้างทางเศรษฐกิจ ไปสู่ภาคอุตสาหกรรมมากขึ้นแต่ยังคงมีประชากร ส่วนใหญ่ในชนบทที่ประสบปัญหาความยากจน ยังไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีประเภทต่างๆ ได้ ทั้งหมดด้วยข้อจำกัดในเรื่องความรู้ ความยากจน หรือแม้แต่การขาดโอกาสก็ตาม จึงทำให้รัฐบาล ที่ผ่านมามุ่งหมายพยายามสร้าง โอกาสและ ช่องทางให้แก่กลุ่มคนเหล่านั้น ทางภาครัฐจึงได้ เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาความยากจน ของประชาชน โดยมีโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล(One Tambon One Product ; OTOP) เกิดขึ้นในช่วงต้น ระยะเวลาจึงพัฒนามาเป็น วิสาหกิจชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาของสังคมและ พัฒนาเศรษฐกิจภายในชุมชน หมู่บ้านในชนบท ให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น

วิสาหกิจชุมชนจึงนับเป็นกิจการของ ชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มี

ความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกัน ประกอบกิจการดังกล่าว อาจจะเป็นนิติบุคคลใน รูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้ เพื่อสร้างรายได้อันนำไปสู่การพึ่งพาตนเอง ครอบครั้ว ชุมชนและระหว่างชุมชน วิสาหกิจ ชุมชนจึงเป็นการรวมตัวของประชาชนเพื่อ กิจกรรมทางธุรกิจร่วมกัน(เสรี พงศ์พิศ 2548) อนึ่งในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนนั้นพบว่า มี ปัญหาและอุปสรรคในด้านการบริหารจัดการ การตลาด เป็นเหตุให้วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ไม่ ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เช่นเดียวกับกลุ่ม สตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์ หมู่ที่ 3 ตำบลสวน สัม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งทำ ดอกไม้ประดิษฐ์จากดิน ประสบปัญหาด้านบรรจุ ภัณฑ์และการตลาด ทั้งนี้เพราะ ขาดความรู้ เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ทักษะการบริหารจัดการ ธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพตามที่ ตลาดส่วนใหญ่ต้องการ นอกจากนี้กลุ่มสตรี แม่บ้านสวนสัมยังต้องการช่องทางการตลาด

เพิ่มขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลให้กลุ่มสตรีแม่บ้านสวน
ส้มมีปัญหาซึ่งไม่สามารถพัฒนาไปสู่การสร้าง
ความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบเพื่อความ
ยั่งยืนตามแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียง

ดอกไม้ประดิษฐ์ (Artificial flower)
หมายถึง ดอกไม้ที่ทำจากวัสดุต่างๆ ในลักษณะที่
ทำเทียมหรือเลียนแบบดอกไม้จริงตามธรรมชาติ
(สมพร ยิ่งเจริญ, 2535) ดอกไม้ประดิษฐ์สามารถ
นำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ช่วยสร้าง
อาชีพ เสริมสร้างเศรษฐกิจครอบครัว อันส่งผลถึง
สังคมของประเทศชาติโดยรวม ปกติดอกไม้
ประดิษฐ์มักใช้ในโอกาสต่างๆ เพื่อเป็นของขวัญ
ของฝาก ใช้ประดับอาคารสถานที่แทนดอกไม้สด
เพื่อสร้างสรรค์ความสวยงามเพิ่มบรรยากาศที่ดี
แก่สภาพแวดล้อม ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา
การผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ในรูปแบบอุตสาหกรรม
และมีการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศมากขึ้น

ดอกไม้ดินประดิษฐ์ตำบลบ้านสวนส้ม อำเภอ บ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ดินตำบลบ้านสวน
ส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เกิดจาก
การรวมกลุ่มของแม่บ้านตำบลสวนส้ม อำเภอ
บ้านแพ้ว ซึ่งเดิมแม่บ้านประกอบอาชีพทำสวน
และทำวังปลา ต่อมาได้รับคำแนะนำและการ
สนับสนุนจากพัฒนากรและปลัดตำบลสวนส้ม
โดยได้ให้แนวคิดไว้ในจังหวัดสมุทรสาครมีแต่
การทำเครื่องเคลือบเบญจรงค์ยังไม่มีใครทำ
ดอกไม้ดินประดิษฐ์ ดังนั้นในปีพ.ศ. 2543 กลุ่ม
แม่บ้านตำบลสวนส้มจึงส่งตัวแทนจำนวน 5 ราย
ไปเรียนการประดิษฐ์ดอกไม้ดินซึ่งทำมาจากดิน

ญี่ปุ่นที่ห้างแมคโครบางขุนศรี แล้วจึงมีการ
ถ่ายทอดให้กับผู้ที่สนใจคนอื่นๆ (ภาพที่ 1 และ 2)



ภาพที่ 1 การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดอกไม้
ประดิษฐ์ของกลุ่มสตรีแม่บ้านฯ



ภาพที่ 2 การวางจำหน่ายดอกไม้ประดิษฐ์ของ
กลุ่มสตรีแม่บ้านฯ (ดอกกล้วยไม้สกุล
ช้างกระ)

ปัญหาของการผลิตดอกไม้ดินประดิษฐ์

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ

ในการผลิตต้องนำเข้าวัตถุดิบจาก
ต่างประเทศ คือ ดินจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีราคา
แพง แต่ทางกลุ่มพยายามปรับปรุงสูตรโดยใช้ดิน
จากแหล่งอื่น ๆ ในประเทศไทยมาผสมแทนการ

ใช้คืนญี่ปุ่นอย่างเดี๋ยวดังนี้ให้คุณภาพดินคงเดิม ซึ่งเป็นความลับของกลุ่มที่ไม่เปิดเผย

2. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

2.1 ชนิดของผลิตภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย

2.2 ขาดการอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ชื่อกลุ่ม การสื่อความหมายข้อมูลของดอกไม้ (ชื่อดอกไม้ ความเป็นมาหรือประวัติของดอกไม้ เพราะบางชนิดเป็นดอกไม้ในวรรณคดี)

2.3 ยังไม่มีการระบอบุญประกอบของผลิตภัณฑ์ ไม่มีการแจ้งข้อมูลความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

3. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์

3.1 ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม เพราะทำตามคำสั่งซื้อ โดยผู้สั่งซื้อแต่ละรายจะนำกล่องมาให้บรรจุดอกไม้ (คาดว่าผู้สั่งซื้อจะไปติดตามตรวจสอบก่อนส่งออก)

3.2 มีโรงเรียนเทคนิคในพื้นที่ เข้ามาช่วยออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ แต่ทางกลุ่มคิดว่ายังไม่เข้ากับตัวผลิตภัณฑ์ มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษที่บดล้ากล่องใส่ขนมไม่แสดงให้เห็นความสวยงามและความเด่นของดอกไม้

4. ปัญหาด้านการตลาด

4.1 ยังไม่มีการเปิดตลาดด้วยตนเอง มีการรับคำสั่งซื้อ กับการออกงานแสดงสินค้า OTOP ตามสถานที่ต่าง ๆ โดยคำแนะนำจากราชการ

4.2 ไม่มีบุคลากรรับผิดชอบด้านการตลาด

4.3 กลุ่มไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดพาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า

เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่รองรับ (Contain) สินค้าและป้องกัน (Protect) คุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ยุบ สลาย เสียรูปร่างหรือเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อมและยังทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังบ่งชี้ (Identify) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง โดยหีบห่อต้องแสดงข้อมูลอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าที่อยู่ภายในคืออะไร ผลิตจากที่ไหน มีปริมาณเท่าใด ส่วนประกอบ ระยะเวลาที่ผลิต ระยะเวลาที่หมดอายุ การระบุข้อความสำคัญ ๆ ตามกฎหมาย โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและยา ชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้า เนื่องจากสินค้าชนิดใหม่มีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันทางด้านตลาดก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้ซื้อสินค้าย่อมไม่อาจติดตามการเคลื่อนไหวทางด้านตลาดได้ทัน หีบห่อจึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ให้กับผู้ซื้อด้วย ต้องดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้สนใจในการใช้ และหลังจากใช้แล้วเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีก หีบห่อจะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัวด้วย เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent Salesman) ดังนั้นการที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจและชักจูงใจให้เกิดการซื้อได้จึงเป็นผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง สี รูปทรง วัสดุ

ข้อความรายละเอียด ตัวอักษร ฯลฯ (นุชกร ประดิษฐากุล, 2549; คนัย จันทรเจ้าฉาย, 2551) บรรจุกิจกรรมที่ดีสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

วิธีการศึกษา

การวิจัยใช้การศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เก็บทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเป็นแบบกรณีศึกษาโดยเลือกกลุ่มสตรีแม่บ้านส่วนสัมชุมชนหมู่ที่ 3 ตำบลบ้านสวนสัมอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครเป็นพื้นที่ศึกษา

การรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์การศึกษา ประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด

วิธีการ

ผู้วิจัยสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มสตรีแม่บ้านส่วนสัมเพื่อศึกษาบริบทชุมชนและสภาพปัญหาของการผลิตและจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชน หลังจากนั้นจึงผู้วิจัยสร้างทางเลือกบรรจุกิจกรรมที่เหมาะสมกับสินค้าและความต้องการของตลาด

1. จัดหาผู้ออกแบบที่มีความชำนาญทางด้านบรรจุกิจกรรม
2. ให้ผู้ออกแบบและทำการผลิตบรรจุกิจกรรม โดยเลือกผู้ออกแบบบรรจุกิจกรรมที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านบรรจุกิจกรรมให้พบปะกับ

กลุ่มแม่บ้านเพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุกิจกรรมที่กลุ่มสตรีแม่บ้านฯ ต้องการ เพื่อให้ผู้ออกแบบดำเนินการตามขั้นตอนคือ

2.1 ออกแบบเป็นต้นแบบบรรจุกิจกรรมให้กลุ่มสตรีฯ พิจารณาในขั้นต้นก่อน

2.2 การปรับปรุงต้นแบบบรรจุกิจกรรมตามความต้องการ โดยมีการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มสตรีแม่บ้านฯ และผู้บริโภคด้วยแบบสอบถามใช้แบบสอบถามที่เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert's Scale) ทำการประเมินผลความพึงพอใจ ความคิดเห็นและการยอมรับเกี่ยวกับบรรจุกิจกรรมต้นแบบก่อน

2.3 หลังจากนั้นจึงนำต้นแบบบรรจุกิจกรรมไปสั่งจ้างผลิตบรรจุกิจกรรมส่งมอบให้แก่กลุ่มสตรีแม่บ้าน

3. การดำเนินการด้านการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มแม่บ้าน โดยผู้วิจัยทำการสร้างและพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับการขายด้วยวิธีการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโปรแกรมต้นแบบซอร์ฟแวร์ (Prototype) การจัดทำฐานข้อมูลสินค้า การปรับปรุงโปรแกรมการทดลองใช้และการถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยการฝึกอบรมกลุ่มแม่บ้านฯ ให้สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บให้ได้

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาบริบทชุมชน

ชุมชนตำบลสวนสัม อำเภอบ้านแพ้วดั้งเดิมชาวบ้านประกอบอาชีพทำสวนและทำวังปลากันเป็นส่วนใหญ่ ฐานะทางเศรษฐกิจ

พอมีพอกินไม่ร่ำรวย วิธีการดำเนินชีวิตเป็นไปแบบเรียบง่ายเช่นเดียวกับชนบทส่วนใหญ่ของประเทศ ปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิกจำนวน 20 ราย ประธานกลุ่มคือ คุณสุกัญญา กงวิจิตร ชื่อกลุ่มคือ กลุ่มสตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์ มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 58/2 หมู่ที่ 3 ตำบลสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร 74120

ลักษณะดอกไม้ดินประดิษฐ์ตำบลบ้านสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในการประดับตกแต่งสถานที่ ของที่ระลึกและของฝากสำหรับใช้ในเทศกาลต่างๆ การผลิตเป็นงานหัตถกรรมที่กลุ่มสตรีบ้านสวนส้มรวมกลุ่มการผลิตด้วยมือ ไม่มีการใช้เครื่องจักร ทำเป็นอาชีพเสริม

สถานภาพปัจจุบันของสินค้า เป็น OTOP ระดับ 5 ดาว ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ของจังหวัดสมุทรสาคร

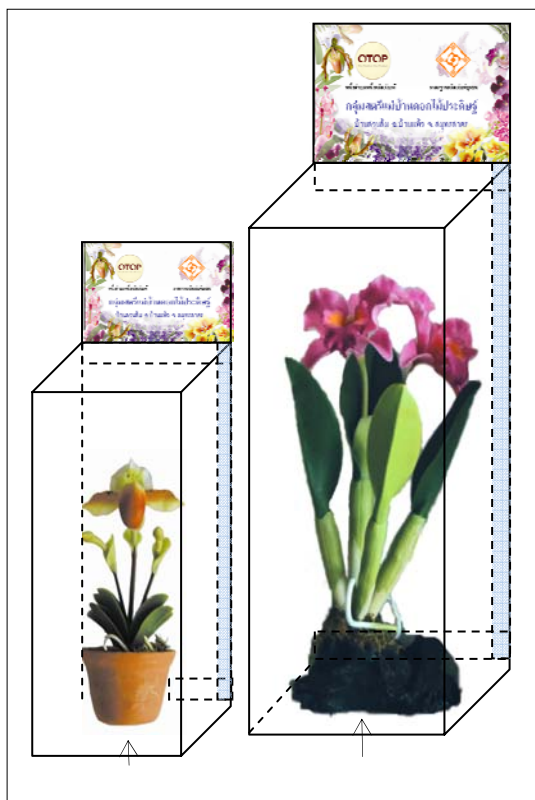
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า

2.1 บรรจุภัณฑ์สินค้า

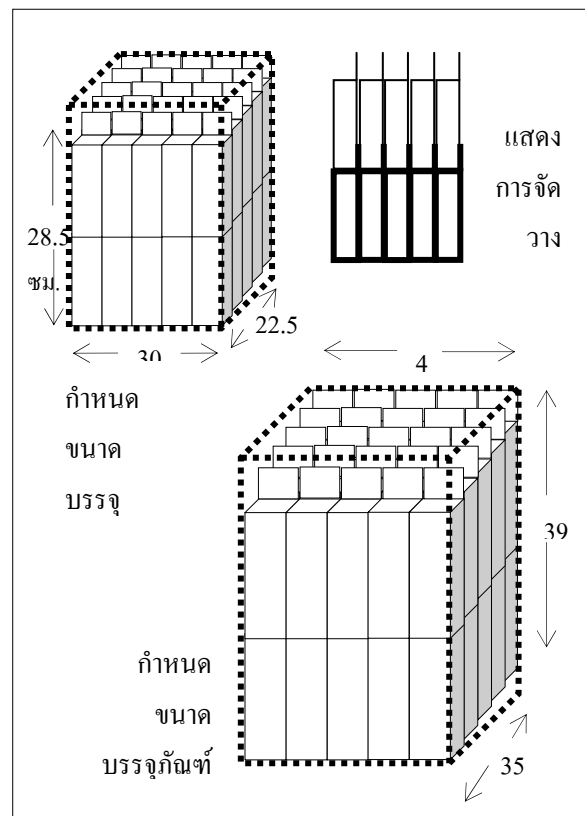
งานวิจัยได้สร้างบรรจุภัณฑ์สินค้า

2 ประเภท คือบรรจุภัณฑ์สำหรับขายปลีกและขายส่ง (ภาพที่ 3 และ 4) บรรจุภัณฑ์ขายปลีก มี 2 ขนาดคือขนาดเล็กสูง 16.5 เซนติเมตรกว้าง 6 เซนติเมตร ยาว 4.5 เซนติเมตร และขนาดใหญ่สูง 22 เซนติเมตร กว้าง 9 เซนติเมตร ยาว 7 เซนติเมตร

ส่วนบรรจุภัณฑ์ขายส่งขนาดเล็กสูง 28.5 เซนติเมตร กว้าง 30 เซนติเมตร ยาว 22.5 เซนติเมตรและขนาดใหญ่ สูง 39.5 เซนติเมตร กว้าง 45 เซนติเมตร ยาว 35 เซนติเมตร



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์สำหรับขายปลีก



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์สำหรับขายส่ง

2.2 ผลการประเมินและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคบรรจุภัณฑ์

การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มสตรีแม่บ้านฯ และผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ในประเด็นต่างๆ มีผลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ผลิตเป็นเพศหญิงทั้ง 20 รายมีอายุระหว่าง 18-60 ปี ประกอบอาชีพค้าขาย 1 ราย ที่เหลือประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก (ทำสวนและเลี้ยงสัตว์น้ำ)

ส่วนที่ 2 ผลจากค่าเฉลี่ยคะแนนการยอมรับของผู้ผลิตสินค้าที่ได้จากแบบสอบถามทั้ง 20 ข้อปรากฏว่าอยู่ในช่วงคะแนน 3.51-4.50 และ 4.51-5.00 ซึ่งเป็นช่วงคะแนนที่อยู่ในเกณฑ์ยอมรับอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง รับรู้ได้มากที่สุด พอใจมากที่สุด และยอมรับอย่างมาก เห็นด้วยอย่างมาก รับรู้ได้มากและพอใจมาก

ส่วนที่ 3 ผลสรุปข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มสตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์และผู้บริโภคเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์บนบรรจุภัณฑ์มีผู้เสนอแนะมีดังนี้คือ

- 1) สินค้าคู่มือว่าไม่มีบรรจุภัณฑ์
- 2) ทำให้ลูกค้าพอใจเพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น
- 3) พอใจบรรจุภัณฑ์
- 4) อยากให้ทำบรรจุภัณฑ์ให้สินค้าดอกไม้แบบอื่นๆอีก

ผลการเปรียบเทียบการวิเคราะห์หาความแตกต่างกันระหว่างความพึงพอใจผู้ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ ($\bar{X}= 4.8025$) กับความพึงพอใจผู้ซื้อ ($\bar{X}=4.1220$) ดอกไม้ประดิษฐ์ทางสถิติด้วยค่า t พบว่าความพึงพอใจของผู้ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ แตกต่างจากความพึงพอใจผู้ซื้อดอกไม้ประดิษฐ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

3. การจัดทำหน่วย

การขยายการตลาดไปสู่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ระบบผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลสวนส้มอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร โดยทำการวิเคราะห์ระบบงานเดิมของกลุ่มแม่บ้านฯ สสำรวจสินค้าแล้วนำมาจัดทำฐานข้อมูล พัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ผ่านการทดสอบแล้วนำมาจัดทำเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า OTOP ให้กับ



ภาพที่ 5 หน้าแรกของเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า

ผู้ผลิตดอกไม้ประดิษฐ์บ้านสวนส้มของอำเภอ บ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร มีความสะดวก ในการใช้งาน ผู้ใช้คือกลุ่มวิสาหกิจแม่บ้านฯ สามารถเข้าใจขั้นตอนในการทำงานได้ง่าย มีการแสดงข้อมูลสินค้า รูปภาพของสินค้า ทำให้ผู้ใช้งานเห็นรายละเอียดต่างๆ ของสินค้า เพื่อที่จะใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อ สินค้าได้ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกแล้วนั้น สามารถที่จะทำการแก้ไขข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก แก้ไขรหัสผ่าน และสามารถที่จะทำการดู ประวัติการซื้อของสมาชิกได้ด้วย นอกจากนี้ แล้วเว็บไซต์ยังได้แสดงข้อมูลอื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้า OTOP ดอกไม้ ประดิษฐ์ บ้านสวนส้มของอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เช่น ข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิต ข้อมูลของอำเภอ เป็นต้น

ผู้วิจัยได้มีการจัดทำระบบดูแลสินค้า โดย ผู้ดูแลระบบสินค้าสามารถทำการเพิ่ม แก้ไข ลบประเภทของสินค้า ดูรายการสินค้าที่มีการ สั่งซื้อเข้ามาแล้วของสมาชิก และสามารถที่จะ ทำการลบรายการสินค้าทิ้งได้ เว็บไซต์ที่จัดทำ ขึ้นนี้ มีการทำงานในหลายขั้นตอน แต่มีความ สะดวกในการใช้งาน ผู้ใช้สามารถที่จะเข้าใจ ขั้นตอนได้ง่าย มีการทำงานที่ครบถ้วน และ พร้อมที่จะนำเว็บไซต์นี้ไปประยุกต์ใช้งานจริง

ข้อเสนอแนะ

เว็บไซต์ที่นี้พัฒนาขึ้นมาเพื่อจำหน่าย สินค้าเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและ ช่วยเหลือชุมชน การนำไปใช้ควรปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยตามชนิดสินค้าที่ชุมชน

ได้พัฒนาขึ้นอย่างเป็นปัจจุบันตามความ เหมาะสม



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของ กลุ่ม แม่บ้านฯ
ที่มา (ไทยตำบล ดอก คอม, 2010)

บทสรุป

การศึกษาการศึกษาความเป็นไปได้ใน การพัฒนาระบบ ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ บ้านสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัด สมุทรสาคร โดยใช้การจัดการเทคโนโลยีนี้มี วัตถุประสงค์เพื่อเป็นการนำการจัดการ เทคโนโลยีไปช่วยในการพัฒนาวิสาหกิจ

ชุมชนผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มสตรีบ้านสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครให้มีประสิทธิผลและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการศึกษาริบทของชุมชน ตลอดจนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการขยายการตลาดไปสู่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เอกสารอ้างอิง

กิตติ ภัคดีวัฒนะกุล. (2547). **คัมภีร์ PHP**, พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพิวเตอร์ แอนด์คอลลซัลท์.

กองวิชาการและแผนงาน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2548).

ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2548 จากเว็บไซต์:

<http://www.amphoe.com/main.php>

กรมการพัฒนาชุมชน. (2549). **โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP)**. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2549 จากเว็บไซต์: <http://cddweb.cdd.go.th/lamae/data/otop/background.htm>

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549). **โรดแมปวิสาหกิจชุมชน**. เคลื่อนิวส์ 12 กันยายน 2549.

ธนาคารกรุงไทย. (2549). **โลจิสติกส์ยุทธศาสตร์เพิ่มขีดความสามารถแข่งขันทางการค้า**. สารวิจัยธุรกิจ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2549 จากเว็บไซต์: <http://www.sugarzone.in.th/article/article26.htm>

ฉันทวุฒิ พิษผล. (2541). **เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพฯ: โปริวิชั่น.

บุญกร ประดิษฐากร. (2549). **บทบาทและความสำคัญของภาษาพระบรจุ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2551 จากเว็บไซต์: <http://www.tistr.or.th/t/publication/index.asp>

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). **ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 122 ตอน ๖ ก ๑๘มกราคม ๒๕๔๘**. หน้า 1-2.

ฉันท จันท์เจ้าฉาย. (2551). **ภาพลักษณ์ VS การสร้างตราสินค้า**. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2551 จากเว็บไซต์: http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=404723_Opinion

น.ต.ดร. วุฒิพงษ์ พงศ์สุวรรณ ร.น. (2544). **E-Commerce การค้าอิเล็กทรอนิกส์ด้วยตัวคุณเอง**. กรุงเทพฯ.

ณรงค์ชัย นิมิตรบุญอนันต์. (2541). **Computer Security for E-Commerc**. กรุงเทพฯ: Sum System Company Limited.

ไพศาล ลิ้มสถิต. (2545). **คู่มือการทำสัญญาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: พาณิชย์พระนคร.

เย็น ภู่วรรณและสมชาย นำประเสริฐชัย. (2543). **บนเส้นทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น. กรุ๊ป.

สมพร ยิ่งเจริญ. (2535). **ดอกไม้ประดิษฐ์.**

กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยสารพัดช่างพระนคร.

เสรี พงศ์พิศ. (2548). **ยุทธวิธีเพื่อประชาชน**

เข้มแข็งชุมชนเข้มแข็ง. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.

สำนักพิมพ์ บีไอที เพรส. (2543). **เรื่องต้องรู้**

ก่อนก้าวสู่อี-คอมเมิร์ซ. กรุงเทพฯ: บีไอที เพรส.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (2545).

นโยบายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม

2549 จากเว็บไซต์ : http://www.commerce.or.th/APECWorkshop2002/pp/t/pdf/thailand_ecframeworkThai.pdf

ไทยตำบล ดอท คอม (2550). **ตำบลสวนส้ม**

อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร:

ข้อมูลรายละเอียดสินค้าของกลุ่มแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 9 ตุลาคม 2549 จากเว็บไซต์: <http://www.thaitambon.com/tambon/tsmepdesc.asp?Prod=01831101625&ID=740311&SME=018319423>