

ชื่อเรื่อง	การผลิตและการตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวรุ่งรัตน์ คงคล้าย
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยรรยง สิทธีชัย

บทคัดย่อ

การวิจัยศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความเป็นมาของหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน 2) กระบวนการการผลิตและตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย และ 3) ปัญหาการผลิตและการตลาดหัตถกรรมเครื่องเงินของบ้านวัวลาย ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยโดยใช้แบบนำสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง และสัมภาษณ์เจ้าของร้านหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 8 ร้าน

ผลการศึกษาพบว่า ร้านหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลายส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจแบบครัวเรือนและสืบทอดธุรกิจมาจากบรรพบุรุษ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 3 ช่วงอายุคน เงินค่าของชุมชนบ้านวัวลาย มี 2 ประเภท คือ เครื่องเงินและแผ่นภาพอะลูมิเนียม ซึ่งสินค้าเครื่องเงินแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เครื่องประดับและงานชิ้นรูป

กระบวนการผลิตเครื่องเงินบ้านวัวลาย ยังคงเอกลักษณ์ของบ้านวัวลายเอาไว้ คือ ถิ่นลวดลายดั้งเดิมและการผลิตสินค้าเครื่องเงินแท่งหนึ่งร้อยเปอร์เซ็นต์เอาไว้ แต่มีการพัฒนาปรับปรุงอุปกรณ์ เครื่องมือเพื่อผลิตสินค้าเครื่องเงินให้มีคุณภาพมากขึ้น

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดของร้านหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านวัวลาย ถิ่นผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ผลิตและจำหน่าย ชันเงิน พานแว่นฟ้า เน้นผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและลวดลายดั้งเดิม ไม่มีการใช้ตราขึ้นชื่อในการจำหน่ายเพราะเป็นการเพิ่มต้นทุนและลูกค้าไม่ต้องการให้ติด ด้านราคา ทำการตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิต คือ ราคาขายเท่ากับต้นทุนการผลิต บวกกำไรที่ต้องการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า จำนวนทั้งหมดจำหน่ายให้ที่หน้าร้านของตนเอง ไม่มีการทำการส่งออกไปต่างประเทศโดยตรง และไม่ได้ใช้เว็บไซต์ช่วยในการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้การตลาดทางตรงเพื่อแนะนำให้ลูกค้ารู้จักสินค้า มีการออกร้านเพื่อแสดงสินค้า ไม่ได้ทำการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ด้วยตนเองแต่รัฐบาลหรือหน่วยงานเอกชนเข้ามาดำเนินการให้ มีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยอาศัยความคุ้นเคยที่เคยทำการซื้อขายและรู้จักกันมานาน

ส่วนปัญหาและอุปสรรคของการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ร้านหัตถกรรม
เครื่องเงินบ้านวัวลายในแต่ละด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีปัญหาไม่มากนัก ส่วนด้าน
การส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีปัญหาในระดับมาก



Title	Production and Marketing of Silverware Handicrafts in Wualai Village, Tambon Haiya, Mueang District, Chiang Mai, Thailand
Author	Miss Roongrat Kongklay
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Emeritus Professor Dr. Yanyong Sitdhichai

ABSTRACT

The objectives of this research were to study: 1) the origin of silver handicrafts in Wualai village from the past to the present; 2) production and marketing process of silver handicrafts in Wualai village; and 3) problems in production and marketing of silver handicrafts in Wualai village. Data were collected by using structured interviews of eight (8) shop owners of silver handicraft business in Wualai village.

Results of the study showed that silver handicrafts were implemented as a household activity and were handed down from their ancestors for almost three generations. These silver handicraft products were divided into two types: silver and aluminum-plated products, while silver products were further classified as either decorative or functional items.

Although the production of silver handicrafts still remained as a unique character of Wualai village in terms of its original talent and production using a hundred percent pure silver, development aspect focused on the improvement of tools used for producing more quality products.

On the diverse marketing channels of silver handicraft shops in Wualai village and products, majority of the products made and then sold consisted of bowls and *phan-waen-fah* with emphasis on the production and sale of original and high quality products. No brands or trademarks were used on sold products because much higher capital would be needed and generally customers had less preference to them. In terms of selling price, main consideration was usually placed on the production capital which meant that selling price was equivalent to production capital plus the desired profit. On sales outlet, all products were sold in the owners'

front shop and were not directly exported abroad. No website was used to help in product distribution. In terms of marketing promotion, the shop owners applied direct marketing in order to provide advice for customers to know more about the product. Several shops were used to display the products and owners had never advertised their own products using various media although the government and some private organizations have done some promotional activities. The shop owners also provided customer relations services based on the customers' previous purchases and long time acquaintanceship.

As for the problems and obstacles in each of the aforementioned issues involving the production and marketing of silver handicrafts of Wualai village, it was indicated that no serious problems were involved in the production and marketing, but there were some serious problems in terms of market promotions and sales outlets.