

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาถึงลักษณะของช่องทางการจัด
จำหน่ายไม้แกะสลัก และ เพื่อระบุถึงปัจจัยที่ผู้ผลิต และ ผู้ประกอบการบ้านถวายเลือกใช้ช่องทาง
ในการจัดจำหน่ายไม้แกะสลักชุมชนบ้านถวาย ตำบลชุมนุง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้
ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิต และ ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าไม้แกะสลักของชุมชนบ้าน
ถวาย จากประชากรทั้งหมด 125 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์กึ่ง
โครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติทางสังคมศาสตร์ โดยใช้โปรแกรมสำหรับ SPSS for
Windows โดยหาค่าความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ วิเคราะห์เนื้อหา
จากคำตามแบบเปิด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ผลิต และ ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าไม้
แกะสลัก มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไม้แกะสลัก เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างประเทศที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในชุมชน แหล่งตลาดในกรุงเทพมหานครเป็นตลาดเป้าหมาย
ขนาดใหญ่ของผู้ผลิต และ ผู้ประกอบการสินค้าไม้แกะสลัก โดยสินค้าที่จำหน่ายได้จำนวนมาก
เป็นสินค้าหนักเบากว่า 2 กิโลกรัม ได้แก่ ของตกแต่งบ้าน, กาล, กรอบรูป, ป้ายไม้ และมี
การบริการจัดส่งสินค้า ประกอบกับ ราคาสินค้าไม่แพง เพราะมีการตั้งราคาตามต้นทุนการ
ดำเนินการผลิต และ มีการส่งเสริมการขายของชุมชนบ้านถวายในงานการจัดแสดงสินค้าไม้
แกะสลักบ้านถวาย เป็นประจำในเดือนเมษายน ของทุกปี

สำหรับผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ผู้ผลิต และ ผู้ประกอบการบ้านถวาย
เลือกใช้ช่องทางในการจัดจำหน่ายไม้แกะสลักนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ได้ระบุว่า เลือกทำการ
จัดส่งสินค้าไม้แกะสลักไปยังผู้บริโภคด้วยตนเอง ทางรถยนต์ และ เลือกตัวแทนการจัดจำหน่าย
สินค้าไม้แกะสลักจากหลาย ๆ แหล่ง ไม่ใช่สินค้าจากบ้านถวายเพียงแห่งเดียว ชุมชนบ้านถวายได้
เลือกออกแบบ ปรับปรุง กำหนดรูปแบบสินค้าด้วยตนเอง และ ช่วงเดือนที่มีการจำหน่ายสินค้า
ได้มากที่สุด คือ ช่วงเดือน พฤษภาคมถึงเดือนเมษายน ของทุก ๆ ปี ชุมชนมีคู่แข่งขันสำคัญ คือ
ศูนย์หัตถกรรมบ้านถวาย หมู่บ้านหารแก้ว ตำบลชุมนุง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วน
กฎหมายของรัฐบาลที่มีผลต่อการดำเนินงานของผู้ผลิต และ ผู้ประกอบการ คือ การเก็บภาษีอากร
ในกรณีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าชาวต่างประเทศ และ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่งผลตี
ด้วยการขยายตลาดทั่วภัยในและต่างประเทศ

ABSTRACT

TE 165936

The objectives of this research were to study the wood sculpture's sell distribution and to specify the factors in distributing wood sculpture by manufacturers and entrepreneurs at Tawai Community, Hangdong District, Chiang Mai Province.

The informants of this research were manufacturers and entrepreneurs of wood sculpture at Tawai Community. The population are 125 people. The instrument for data collection was semi-structure interview. The data were analyzed by using SPSS/PC⁺ for window program to find out frequency distribution, percentage, arithmetic means and standard deviations and the content analysis was conducted from the answers obtained from the open-ended question.

The study revealed the distribution was for Thai and foreign tourists who come to the village. The target market is tourists from Bangkok. Most of products that they sell are less than 2 kilograms. These are furniture, Kalae, picture frames, wood tags, with good delivery service and reasonable price. They sell promotion of wood sculpture at Tawai Community is held every years in April.

As a results the manufacturers and entrepreneurs deliver this products to customer directly by themselves, using car and selecting wood sculpture from sell representatives from somewhere else, not only from Tawai Community. They design and develop product styles by themselves. Normally, they have their best sell in November till April every year. The important competiter is Harnkaw Community handicraft center. The other factors are taxation when they have to deliver to other countries and OTOP project makes it difficult to wider business both inside and outside country.