

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. สภาพที่เป็นอยู่ทางด้านการผลิตและการตลาด โดยศึกษาโครงสร้าง การดำเนินงานชนิดของผลิตภัณฑ์ รายได้ของกลุ่ม การบรรจุภัณฑ์ ในกลุ่มสตรีสหกรณ์ที่ผลิตผลิตภัณฑ์หัดกรรมในสหกรณ์การเกษตร 5 กลุ่มในจังหวัดอ่างทอง 2. เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดของสมาชิก และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 3. เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา อุปสรรคเพื่อพัฒนากิจกรรมทางการผลิตและการตลาดของกลุ่ม สตรีสหกรณ์ โดยรวมรวมข้อมูลจากผู้นำกลุ่ม จำนวน 5 กลุ่ม จากการสัมภาษณ์จากสมาชิกกลุ่ม จำนวน 5 กลุ่ม จากสมาชิกตัวอย่างจำนวน 123 คน และสุ่มตัวอย่างพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS/PC สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยมีดังนี้

1) ศึกษาสภาพที่เป็นอยู่ปัจจุบันของกลุ่มสตรีสหกรณ์ 5 กลุ่มที่สังกัดสหกรณ์ การเกษตรในจังหวัดอ่างทอง พบว่า กลุ่มสตรีสหกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นครรภ์ครัวของสมาชิก สหกรณ์การเกษตร และบุคคลทั่วไปได้ตั้งบ้านเรือนอยู่ในชุมชนนี้ นาร่วมทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อให้มีรายได้เสริมจากการทำการเกษตร ทั้งนี้ กลุ่มสตรีสหกรณ์ได้รับ การสนับสนุนงบประมาณจากส่วนราชการในการเข้าร่วมโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มสตรีสหกรณ์จะมีแหล่งจ้างหนาทั้งภายในจังหวัด ต่างจังหวัด และต่างประเทศ การให้ค่าตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มสตรีสหกรณ์จะให้เป็นรายชั้นงาน เมื่อผลิตแล้วก็จะได้ค่าตอบแทนตามคุณภาพ กลุ่มจะมีการคิดต้นทุนหักค่าใช้จ่าย ถ้ามีกำไรจะคืนให้กับสมาชิกและสมทบทุนเข้ากองคลัง เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ปัญหาและอุปสรรค การผลิตและการตลาดส่วนใหญ่จะพบปัญหาผลิตภัณฑ์ผลิตไม่ทันกับความต้องการของตลาด กลุ่มยังไม่มีความรู้ด้านการออกแบบใหม่ๆ ขาดเอกสารถ่ายทอดพัฒนาของกลุ่ม ขาดได้ช้า ขาดเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม ผลิตภัณฑ์เกิดเชื้อราได้ง่าย การบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน ทางการตลาดยังไม่กว้าง ขาดการต่อเนื่องทางการตลาด และมีคู่แข่งขันทางการตลาด แนวทางแก้ไข กลุ่มควรได้ขยายการรับสมาชิก

T156448

เพิ่ม การสร้างเครือข่ายการผลิต การบริหารจัดการที่ดี มีความรู้เพิ่มทักษะ อย่างต่อเนื่องจะต้องสร้าง เอกลักษณ์เฉพาะกุ่ม กลุ่มจะต้องศึกษาความต้องการตลาด สามารถแบ่งขันกับตลาด สามารถ คำนวนต้นทุนได้

2) สภาพทั่วไปของสมาชิกพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง จะมีอายุอยู่ในช่วง 35 ปี ขึ้นไป สมาชิกจะมาร่วมกันผลิตและร่วมกันขาย โดยผ่านกลุ่ม ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ชั้นประถม ต้น การเข้าเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป สมาชิกจะได้รับการฝึกอบรมก่อนทำการ ผลิตกิจกรรมที่สุด สมาชิกจะนำผลงานเข้าประกวด เพื่อเผยแพร่ผลงาน สมาชิกจะมีรายได้เสริมต่า กว่าเดือนละ 4,000 บาทต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายจากการทำหัตถกรรมปีละ 30,000 บาท สมาชิกจะ มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมในกลุ่มทุกเรื่อง มีความรู้เรื่องหลักการและวิธีการสหกรณ์ดีมาก ปัญหา และอุปสรรคการผลิตและการตลาดของสมาชิก จะได้รับผลกระทบน้อยมาก เพราะกลุ่มจะทำ หน้าที่จัดหาอุปกรณ์มาให้สมาชิกผลิตและรับรวมผลิตภัณฑ์ของสมาชิกออกจำหน่ายโดยผ่านกลุ่ม

3) การศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ประเภท คือ จักสาน คอกไม้ ประดิษฐ์ และการทอผ้า เพื่อต้องการทราบพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิง อายุในช่วง 26 – 45 ปี ระดับการศึกษาระดับปฐมฐานมากที่สุด มีรายได้ตั้งแต่ 5,000 – 15,000 บาท จะซื้อผลิตภัณฑ์ต่ำกว่า 5 ชิ้น ผู้ซื้อจะซื้อเครื่องจักสานที่เป็นกระเป้าและตะกร้ามากที่สุด และ ซื้อคอกไม้ประดิษฐ์ที่เป็นคอกเดียว ซื้อผ้าทอมือที่เป็นผ้าfinมากที่สุด จะมาซื้อตามงานแสดง ศินค้าที่ทางราชการจัด ผู้ซื้อจะซื้อในช่วงเทศกาล เช่น วันปีใหม่ วันเกิด เทศกาลในการซื้อมากที่สุด เพราะชอบสีสัน รูปแบบ

Abstract

TE 156448

The objectives of this research aimed to 1) study the manufacturing and marketing for the handicraft products of the five Agricultural Cooperatives Women Groups participating in the OTOP Project in AngThong Province; 2) analyze the data for production and marketing of the Groups, as well as the consumer behaviors of their customers; and 3) suggest the guidelines for the manufacturing and marketing of the products. Data were collected from five out of 123 group members, and from the random samplings of 100 customers to analyze the customer behaviors. Methodology used was the interview sessions on those who purchased the artificial flowers, the handicraft products and the hand-woven clothes. The collected data were integrated and analyzed by SPSS/PS software. Statistics used for analysis were frequency, percentage, and average ratio. Results of the study were as follows:

1) The majority of the groups were the family members of the Agricultural Cooperatives and the others who had been living in the same community sharing to the similar objective in earning more income from the manufacturing and marketing of the product. These groups received the initial funds from the government sectors participating in the One Tumbon One Product Project (OTOP). The rewarding allocation system was calculated on single piece of the product based on its quality after cost deduction. Profits after cost deduction were reserved as the mutual funds to cope with the expenses incurred in the operations in each group. It was also found that some products did not meet the demand while certain products were over-demanded because of the lack of know-how; designs, uniqueness of branding, and insufficient fund of the

TE 156448

group. Products were sometimes damaged by the germs, an unattractive packaging, as well as the standard.

2) The majority of the group was women of age ranging 35 upward. The members assisted each other in manufacturing and selling the product. Member's literacy was at the primary level. The majority of membership subscription was over 5 years. Majority of members had received the basic training on the group activities. They proposed their products to the product competitions in order to promote their products. Majority members had received extra income lower than Baht 4,000 per month averagely and their estimated expenses for handicraft projects at Baht 30,000 per year. Members took parts in all activities, possessed good knowledge in principles and Co-op know-how. The group had a role as a facilitator by providing raw materials to its members, and then organized the sales and marketing of the finished products.

3) Regarding to the consumer behavior for 3 types of products: bamboo handicraft; artificial flower; and hand-woven clothes, it was found that the majority of buyers were women of age ranging between 26 – 45 years with an average educational level of Bachelor's Degrees, their income was ranging between Baht 5,000 – 15,000. The amounts of products purchased were less than 5 pieces. The best selling products were hand-woven bags and baskets, a single artificial flower and hand-woven fabric. Products were purchased mostly from the exhibition organized by the government sectors. Buyers bought products on occasions such as New Year, Birthday, etc. Their decisions for making the purchase were based on the products' colors and designs.