

## 5.2 อภิปรายผล

### 5.2.1 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการชุมชน 3 ราย

ประกอบด้วยผู้ประกอบการในกลุ่มเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ของสินค้าชุมชน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 3 ราย คือ

1. นาง วิมล เดชะบุญ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ กระเป๋าหนังวัว แนวคิดแบบหนังต่อ
2. นาย วิรุจน์ พิลาวกรม ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ กระเป๋าหนังนกกะจอกเทศ
3. นาย พัฒนโชค นนทะชาติ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ กระเป๋าหนังปลากระเบน

ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับขั้นพื้นฐาน คือระดับประถมศึกษา แต่ทั้งหมดมีประสบการณ์ในการทำงาน 12-26 ปี ทั้งหมดนิยมใช้ที่บ้านเป็นที่ผลิตสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เอกลักษณ์ กาลมิตร (2542 : 28-30) พบว่า กลุ่มตัดเย็บกระเป๋าชาวบ้านลาด จะสำเร็จการศึกษาชั้นประถมปีที่ 6 นอกจากนี้อัตราค่าจ้างแรงงานไม่สูงเกินไป ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ใช้สถานที่บ้านของตนเองเป็นสถานที่ตัดเย็บกระเป๋า ติดตั้งอุปกรณ์ตัดเย็บไว้ได้ถนัด บ้าน ประกอบกับมีสมาชิกในครัวเรือนว่างงานอยู่

ทุกกลุ่มขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการกับหน่วยงาน พัฒนาชุมชนฯ และพาณิชย์จังหวัด ของ จังหวัดปทุมธานี โดยขึ้นทะเบียนลักษณะการดำเนินงานประเภท วิสาหกิจชุมชน SME ทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เอกลักษณ์ กาลมิตร (2542 : 69) พบว่า การประกอบอาชีพตัดเย็บกระเป๋าของชาวบ้านลาด ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ได้รับทางราชการ ได้แก่ กรมแรงงานสวัสดิการสังคม กับกรมการพัฒนาชุมชน ได้สนับสนุนให้ตั้งกลุ่มเพื่อขอรับความช่วยเหลือจากทางราชการอย่างเป็นทางการ

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต จัดอยู่ในกลุ่มงานประเภท ผ้าและเครื่องแต่งกาย ผลิตสินค้าประเภท เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหนังประเภทกระเป๋าหนัง หมอนหนัง และพวงกุญแจหนัง กระเป๋าหนังวัว หนังนกกะจอกเทศ หนังจระเข้ หนังงู หนังปลานิล หนังขาไก่ กระเป๋าเจมส์บอนด์ กระเป๋าใส่เอกสาร กระเป๋าสะพายสตรี-สุภาพบุรุษ กระเป๋าถือสุภาพสตรี-สุภาพบุรุษ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สำราญ พรพลทอง (2548 : 85) พบว่า การตัดเย็บกระเป๋าผู้ผลิตกระเป๋าของกลุ่มผลิตกระเป๋าชุมชนบ้านดอนสวรรค์ ตำบลดงลิง จังหวัดกาฬสินธุ์ มีทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กระเป๋าเอกสาร กระเป๋าถือแฟชั่น และกระเป๋าสตางค์

## ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการทั้งหมด 3 ราย มีประสบการณ์ทำงานมาหลายปีมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะได้รับการเรียนรู้และฝึกอบรมจากหน่วยงานรัฐและเอกชน ผู้ประกอบการมีความตั้งใจในการพัฒนาสินค้าของตน จะเห็นได้ว่าเคยใช้วิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น สัมภาษณ์ สอบถาม ทดลอง สังเกต เอกสาร สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ตำรา และจากนิตยสารแฟชั่นโชว์ แต่ส่วนใหญ่จะไม่มีความรู้เกี่ยวกับการวิจัยอันเนื่องมาจากระดับการศึกษา มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยการวาดรูป เพื่อให้เห็นรูปแบบจากความคิด และนำมาทดลองตัดเป็นรูปทรงกระเป๋า มีวิธีการกำหนดแนวความคิด (Concept) เป็นการรวบรวมข้อมูลของกลุ่ม โดยการศึกษาจากรูปแบบกระเป๋าแบรนด์เนม เอาส่วนที่ดีของเขานำมาปรับปรุงให้เป็นแนวคิดของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จาริยา โกสยตระกูล (2547-2548) พบว่า ปัญหาการลอกเลียนแบบ สืบเนื่องมาจากการขาดแคลนด้านบุคลากรและปัญหาทางด้านเงินทุน จึงทำให้ผู้ประกอบการทำการลอกเลียนแบบจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันได้มีสื่อและเทคโนโลยีสนับสนุนเป็นจำนวนมาก เช่น นิตยสาร หนังสือ อินเทอร์เน็ต แคตตาล็อก เป็นต้น ทั้งนี้จัดเป็นการแก้ปัญหาการออกแบบได้อย่างหนึ่งของผู้ประกอบการ แต่จะมีใช่เป็นการแก้ปัญหาการออกแบบอย่างยั่งยืน

ผู้ประกอบการมีวิธีการกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ (Concept Design) ความต้องการของตลาด การสร้างของจริง และ สร้างหุ่นจำลอง วิเคราะห์จากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง ติดตามแฟชั่น หนังสือนิตยสาร ในการออกแบบ การศึกษาหาแนวทางการออกแบบ โดยวิธีดูจากตลาด โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต คิดเอง ลอกเลียน จากห้องสมุด ระดมความคิดของสมาชิกกลุ่มในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยจะคำนึงถึง กลุ่มเป้าหมาย ประสิทธิภาพ สะดวกสบาย การประกอบชิ้นส่วน การติดตั้งใช้งานจริง การทำความสะอาด ความปลอดภัย (Safety) ในการใช้วัสดุ การผลิต การจัดเก็บ บรรจุภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภคมีเอกสารกำกับและแนะนำประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ ความแข็งแรง (Construction) ได้แก่ โครงสร้าง คุณสมบัติของวัสดุ น้ำหนัก รูปร่าง การประกอบ กระดาษแพคเกจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เอกลักษณ์ กาลมิตร (2542 : 74) พบว่า ผู้ประกอบอาชีพตัดเย็บกระเป๋าหรือผู้แทนซึ่งมีความรู้ความชำนาญเป็นผู้ตรวจสอบ หากพบกระเป๋าใบใดมีตำหนิ ไม่เรียบร้อย หรือไม่ได้มาตรฐาน ก็จะคัดออก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สัราญ พรพลทอง (2548 : 92) พัทยา สายหู และคนอื่นๆ (2537 : 221-222) กล่าวคือ ปัจจัยนำเข้าได้แก่ปัจจัยที่สนับสนุนต่อการผลิตกระเป๋า เช่น ผู้ประกอบอาชีพผลิตกระเป๋าที่ดีมีคุณภาพ แหล่งซื้อวัตถุดิบสะดวก ใช้แรงงานของชุมชน เลียนแบบหรือฝึกฝนแรงงาน การผลิตมีความชำนาญ มีการรวมกลุ่มผลิต

ความสะดวกสบายในการใช้สอย (Ergonomics) ขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ ชีตจำกัดที่เหมาะสมของรูปร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ ขนาดสัดส่วนร่างกายของมนุษย์ เพศ วัย การดูแลรักษาและซ่อมแซมง่าย

ตำแหน่งในการจัดวาง ชิ้นส่วนงานประกอบ อะไหล่ กลุ่มผู้ใช้ พื้นผิววัสดุ รูปร่างรูปทรง คู่มือบ่งชี้การใช้งาน คุณสมบัติของวัสดุ และกลไก เกี่ยวกับวัสดุและการผลิต (Materials and Production) จะแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ 1) ใช้วัสดุที่ผลิตจากภายในจังหวัดและ 2) ต่างจังหวัด ในจังหวัดเดียวกัน ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมนวนคร บริเวณอำเภอเมืองเป็นกระดาด และผ้าดิบ แถวสีมูมเมือง รังสิต ต่างจังหวัด ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมบางปู สมุทรปราการ หนิง อะไหล่ กาว ด้าย แถววงเวียนใหญ่กับเสื่อป่า กรุงเทพมหานคร วัสดุที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ เป็น 2 ลักษณะ 1) วัสดุธรรมชาติ และ 2) วัสดุสังเคราะห์ องค์ประกอบของวัสดุแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1) เป็นทั้งแบบวัสดุที่ยังไม่ได้แปรรูป และ 2) วัสดุแปรรูป กรรมวิธีผลิตวัสดุมีด้วยกัน 4 วิธี คือ 1) ซื่อวัสดุที่ผลิตสำเร็จรูป 2) ผลิตวัสดุใช้เอง 3) จำผลิตวัสดุ 4) นอกจากนี้นำวัสดุที่เหลือใช้มาพัฒนาขึ้นใหม่ มีวิธีการตรวจสอบคุณสมบัติของวัสดุ ใช้การตรวจนับ ชั่งน้ำหนัก และใช้ความชำนาญของแผนก ตรวจสอบสินค้า ดูความแข็งแรงและเรียบร้อย ตรวจสอบด้วยสายตาและความชำนาญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สำราญ พรพลทอง (2548 : 80) พบว่า ผู้มีอาชีพตัดเย็บกระเป๋าจะมีวัสดุที่จำเป็นต่อการตัดเย็บ วัสดุบางอย่างหาซื้อได้ที่ร้านค้าขายวัสดุตัดเย็บกระเป๋าในชุมชน แต่ถ้าต้องการวัสดุพิเศษ ต้องสั่งซื้อล่วงหน้าโดยสั่งผ่านร้านชุมชน

ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีการทดลอง การปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ตามมาตรฐานสากล แนวคิดและรูปลักษณ์ ตามความต้องการผู้ใช้ ความงดงามจิตวิทยาของมนุษย์ พิจารณาจุดบกพร่องและข้อผิดพลาด การประชุมระดมความคิดหาจุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จาริยา โกสิยตระกูล (2547-2548) พบว่า ปัญหาการออกแบบเครื่องหนัง ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มที่จะทำการออกแบบของแต่ละฤดูกาล เพราะเป็นการชี้ถึงการกำหนดสี การกำหนดวัสดุ และรูปแบบที่จะเกิดขึ้น ศึกษาการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อสามารถออกแบบได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาทางด้านหลักการออกแบบ เพื่อเป็นการเข้าใจในการออกแบบกับสุนทรียศาสตร์ที่จะเกิดขึ้น ศึกษาทางด้านการใช้งาน เป็นสิ่งจำเป็นของนักออกแบบเครื่องหนังที่ต้องระมัดระวังเช่นกัน เนื่องจากการใช้งานเป็นหัวใจของผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงศักยภาพในการออกแบบเป็นอย่างดี

ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานในการผลิต เนื่องจากได้รับรองมาตรฐาน มผช. มาตรฐานสหกรณ์ และมาตรฐานอุตสาหกรรม นอกจากนี้สินค้าได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ประเภท มผช.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) มอก. (มาตรฐานอุตสาหกรรม) มาตรฐานสหกรณ์ มาตรฐาน OTOP 4-3 ดาว

โดยรวมแล้ว ผลิตภัณฑ์สามารถสนองความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพที่ดี คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก และทำสินค้าให้มีคุณภาพเพื่อลูกค้าจะได้ประทับใจ

### ด้านการขนส่ง

เกี่ยวกับการขนส่ง (Transportation) ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ โดยจะมีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง โดยจะคำนึงถึงเรื่อง รูปแบบเพื่อการจดจำง่าย มีฉลาก ข้อมูล บ่งชี้ถูกต้อง ในการขนส่งสินค้า ทุกกลุ่มนิยมใช้การขนส่งในลักษณะทางรถเนื่องจากมีรถยนต์ใช้งานเป็นของตนเอง นอกจากนี้ก็จะเป็นทางรถไฟ ไปรษณีย์ และทางเครื่องบิน รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแบบ บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง และ บรรจุภัณฑ์แบบแพนซี นอกจากนี้ยังได้รับการอบรมด้านบรรจุภัณฑ์ ทำให้บรรจุภัณฑ์มีความพอดีกับกระเป๋ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่เป็นประเภท กล่องสี่เหลี่ยม ประเภทถุง ถุงกระดาษ ถุงพลาสติก ถุงผ้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จันทร่า เฟื่องฟูง (2547 : 171) ได้กล่าวว่า ขนาดของสินค้ามีความหลากหลาย สินค้ามีราคาถูก มีป้ายแสดงราคา เพิ่มประเภทของสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น พัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้น พัฒนารูปแบบ/รูปทรงของสินค้าให้มีความทันสมัย ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามมากขึ้น และ สำราญ พรพลทอง (2548 : 81) ก็กล่าวว่า การขนย้ายและการบรรจุผลิตภัณฑ์ ควรมีการบรรจุผลิตภัณฑ์ให้ดี ไม่ทำให้เสียรูปทรง ไม่เบียดแน่นจนเกินไป การขนย้ายไม่ควรบรรจุทุกให้แน่นและล้นเกิน

### ด้านการสร้างสรรค์

ผู้ประกอบการคิดว่า ผลิตภัณฑ์สินค้ามีรูปแบบที่สร้างสรรค์และโดดเด่นโดนใจผู้ซื้อสินค้า เพราะ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใครในท้องตลาด การใช้งานเหมาะสมเข้ากับวัยของลูกค้า เน้นประสิทธิภาพ มีลวดลายเป็นธรรมชาติ สวยงาม สิ่งดลใจในการออกแบบสร้างสรรค์มาจาก รูปทรงธรรมชาติ รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น รูปทรงเรขาคณิต รูปทรงอิสระ จากสิ่งของรอบตัว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรพนธนิษา เมืองผุย (2551 : 181) ที่พบว่า การกำหนดคุณลักษณะพิเศษให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น ประทับใจ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (“จิตวิญญาณของแบรนด์,” 2549. หน้า 55) และเมื่อผู้บริโภคเกิดการรับรู้ว่าคุณลักษณะที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น โดยเกิดความเชื่อถือในมาตรฐานการผลิต เกิดความชื่นชอบในยี่ห้อผลิตภัณฑ์ และมีความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของ

แนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ใช้วิธีการกำหนดแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน คือ ใช้ความรู้พื้นฐานของตนเอง ใช้จินตนาการ ใช้วิจารณ์ญาณ ใช้ความบังเอิญ

การระดมความคิดของกลุ่มชุมชน คำแนะนำจากกลุ่มลูกค้า ศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ใช้เทคนิควิธีการประมวลกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ คือ การค้นหาความจริง การค้นหาปัญหา การตั้งสมมติฐาน การค้นหาคำตอบ การยอมรับผลจากการค้นพบ อื่นๆ คือนำมาทำจริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉราวดี แก้ววรรณดี (2545 : 137-138) ที่พบว่า วิธีการประเมินผลโครงสร้างของระบบที่ได้ออกแบบ วิธีที่จะสามารถตอบได้อย่างแท้จริงว่าระบบที่ออกแบบนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้จริง ตามที่ระบุไว้หรือไม่ ก็คือ การประเมินผลจากการใช้งานจริง

### ด้านความสัมพันธ์ทางศิลปะ

ผู้ประกอบการนำเอาความสัมพันธ์ทางศิลปะมาใช้เพื่อการออกแบบ และการผลิต คือ ความสวยงามของกระเป๋า ผลิตภัณฑ์ที่ทำมีลวดลายจำเป็นจะต้องใช้ศิลปะเข้ามาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ และสไตล์ที่มีเอกลักษณ์ เพราะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและลวดลายเฉพาะตัวที่ทางกลุ่มสร้างสรรค์ขึ้นมา ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย ผลิตภัณฑ์มีการนำวิธีการใช้สีตามหลักการทางศิลปะ เพราะด้วยผลิตภัณฑ์ต้องมีการลงสีสีน้ำตาลตามหลักทางศิลปะเพื่อความสวยงาม สีส่วนใหญ่จะมาจากวัสดุที่สั่งซื้อ และขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า การลงสีต้องมีการผสมสี ผลิตภัณฑ์บางรูปแบบก็มีหลายสี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรรณณิษา เมืองผุย (2551 : 171) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ สัมพันธ์กับประเภทของผลิตภัณฑ์ ประเภทวัตถุดิบ สีผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในการซื้อ โอกาสที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ จำนวนชิ้นที่ซื้อ และสถานที่ที่ซื้อ

เกี่ยวกับความสวยงาม (Aesthetics) จะคำนึงถึงเรื่อง องค์ประกอบ รูปร่าง สี วัสดุ อื่นๆ คือความชำนาญของช่างออกแบบและการผลิต ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนการบรรจุ ผู้ซื้อสินค้า มีความพึงพอใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพราะ มีตลาดรองรับตลอด คุณภาพ และการใช้งาน จากที่สอบถามลูกค้าจะชอบและพอใจในผลงาน ผลิตภัณฑ์ให้คุณค่าทางความรู้สึกและทางอารมณ์ ต่อผู้ซื้อสินค้า เพราะผู้ซื้อสามารถสั่งหรือออกแบบให้ทางกลุ่มผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้า จะดีใจในการใช้งานที่คงทน ขอบในวัสดุ ผลิตภัณฑ์ รูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สำราญ พรพลทอง (2548 : 46) พบว่า การออกแบบมี 2 ลักษณะ คือ 1) การออกแบบโดยผู้ประกอบการ ซึ่งจะดูแบบจากผู้ผลิตอื่น หรือจากหนังสือแฟชั่นและ 2) การออกแบบโดยลูกค้า

ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าการออกแบบกระเป๋า มีการจัดลำดับความสำคัญในการเน้นจุดสนใจในผลงานผลิตภัณฑ์ เพราะทำผลิตภัณฑ์ให้ถูกใจลูกค้าให้มากที่สุด ลูกค้าจะรู้ลักษณะผลงานดีอยู่แล้ว ทางกลุ่มจะเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความลงตัวให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชิโนรส

กฤษฎาดำรงเดช (2548 : 86) พบว่า ผู้ผลิตควรให้ความสนใจเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ โดยเน้นการพัฒนารูปแบบสินค้า การผลิต และส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดวิทยาการการออกแบบ เพื่อเสริมสร้างทักษะให้ผู้ประกอบการนำไปพัฒนาศักยภาพ

### ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการคิดว่าผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ (Innovative) เพราะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ความคิดของช่างแต่ละบุคคล สินค้าที่ผลิตมั่นใจว่าออกแบบดีไซน์เอง แต่ก่อนทำเพียงสี่พื้น ต่อมาพัฒนาให้มีลวดลาย คิดว่าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ (Innovative) เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบ วัสดุ อื่นๆ มีที่มาและมีคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์เอง มีลวดลายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉรวรรณดี แก้ววรรณดี (2545 : 56) ที่พบว่า ผู้ผลิตแต่ละรายอาจจะไม่มีกระบวนการผลิตที่เหมือนกันทุกประการ ความแตกต่างที่ไม่เหมือนกันนั้น ขึ้นอยู่กับประเภทของเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และเทคนิคเฉพาะของผู้ผลิตแต่ละราย

คิดว่าผลิตภัณฑ์มีประวัติความเป็นมา (Story) เพราะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมาตั้งแต่ปี 2539 จนถึงปัจจุบัน 12 ปี ลูกค้าจะเชื่อถือ ประวัติความเป็นมา (Story) คิดว่าผลิตภัณฑ์มี ข้อมูล ข่าวสาร (Information) ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค บางทีลูกค้าซื้อเป็นของฝากหรือของขวัญแล้วบอกกันต่อๆ มา

ข้อมูลข่าวสาร (Information) ของผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับหน้าที่ และการใช้งาน ประโยชน์ใช้สอย ผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรจะมีความรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด การถ่ายทอดข้อมูล ผู้บริโภค ภาพพจน์ที่ดีแก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชีโนรส กฤษฎาดำรงเดช (2548 : 84) พบว่า ปัจจัยในด้านคุณภาพการออกแบบสินค้า ภาพพจน์ตราสินค้า และคุณสมบัติอื่นๆ มีผลกับพฤติกรรมการซื้อในด้านจำนวนกระเป๋า

คิดว่าผลิตภัณฑ์ มีอายุการใช้งานที่เหมาะสม (Life Cycle) เพราะ มีความคงทนใช้ได้ยาวนาน เน้นเรื่องการผลิตให้อยู่ในกลุ่มของลูกค้า วัสดุที่ใช้มีคุณภาพ การตัดเย็บที่ประณีต แข็งแรง เพราะ คิดว่ามีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ ความแข็งแรงคงทน การใช้งานเหมาะสมกับระยะเวลาต่อกลุ่มผู้ใช้สินค้า ตลอดทั้งยังเหมาะสมกับราคาที่น่าจ่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ลำราญ พรพลทอง (2548 : 87) พบว่า การควบคุมกระบวนการผลิต เพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการผลิตกระเป๋า ควรีกระบวนการควบคุมการผลิตที่ดีมีระบบ และควรมีผู้ชำนาญการด้านการตรวจสอบความเรียบร้อยในขั้นตอนสุดท้าย พร้อมจัดทำหลักฐานหรือเครื่องหมายในการผ่านการตรวจสอบในแต่ละขั้น

ผลิตภัณฑ์ใช้งานได้ดี (Performance) เพราะผู้บริโภคให้การตอบรับที่ดีมาก ได้รับการตอบรับจากลูกค้าว่าใช้งานได้ดี คุณภาพและราคาที่เหมาะสม การตัดเย็บที่ประณีต วัสดุที่แข็งแรง ทนทาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรรณณิษา เมืองผุย. (2551 : 169) พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋า

### ด้านการตลาด

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์มุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่ม คนทำงาน ผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ และวัยรุ่น การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์มุ่งเป้าหมายไปที่ทุกเพศ เหตุผลที่เลือกกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเพราะ ทุกเพศสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตขึ้นมาได้ทั้งหมดผลิตภัณฑ์ที่ขายจะเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และส่วนมากผู้หญิงจะใช้กระเป๋ามากกว่าผู้ชาย จะส่งผลิตภัณฑ์จำหน่าย ที่ทำการกลุ่ม จัดจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าทั้งต่างประเทศ ศูนย์ OTOP ต่างๆ ตลาดของมาเซ่ร์ วัดเสมียนนารี ห้างสรรพสินค้า ฟิวเจอร์พาร์ครังสิต เมืองทองธานี คาร์ฟูลพัทยา ที่บ้าน ออกโรสโชว์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชรพร ปิ่นทอง (2548 : 98) พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย จะนิยมเลือกซื้อด้วยตนเอง และซื้อผลิตภัณฑ์โดยไม่คำนึงถึงโอกาสใดๆ อยากได้ก็ซื้อทันที ซื้อผลิตภัณฑ์โดยการวางแผนไว้ล่วงหน้าเป็นบางครั้ง ชอบไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ห้างสรรพสินค้า

ใช้แบรนด์ หรือยี่ห้อ Double D Bolity และ S Ray เพราะ อยากให้ลูกค้าสามารถจดจำสินค้าได้ ผลิตภัณฑ์ที่ขายได้น้อยที่สุด คือ หมอนหนัง เข็มขัด เชื่อกันว่าสินค้าสามารถส่งออกได้ เพราะมีมาตรฐาน และพร้อมทุกด้าน สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง และรักษาคุณภาพเดิม เพราะ มีความชำนาญ ใช้มาตรฐานเดิมในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรรณณิษา เมืองผุย. (2551 : 169) พบว่า ปัจจัยด้านด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดยคำนึงถึงการเชื่อถือในมาตรฐานการผลิตมากที่สุด รองลงมาคือชื่นชอบในยี่ห้อของผลิตภัณฑ์กระเป๋า และบ่งบอกถึงความมีรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ

คิดว่าผลิตภัณฑ์มีราคา (Price) เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เพราะ มีการคิดจากต้นทุนการผลิต และจากผู้ซื้อ จะเน้นเรื่องคุณภาพดี ราคาถูก ราคาขายที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภค จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปขายในตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉรวรดี แก้ววรรณดี (2545 : 58) ความต้องการของลูกค้า และการพัฒนากลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการนั้นๆ และทำให้ความต้องการที่ลูกค้ากำหนดขึ้นมานั้นสามารถเป็นจริงได้ กระบวนการนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จตามความ

ต้องการของตลาด คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ทุกด้านจะต้องถูกนำมาพิจารณา ตามความต้องการ และความชื่นชอบของลูกค้าอีกด้วย

คิดว่าผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ (Regional Acceptance) และพึงพอใจกับความต้องการของผู้บริโภค เพราะ ผู้บริโภคให้การตอบรับที่ดี จากยอดขายโดยกลุ่มลูกค้าให้การตอบรับ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับ และสวยงาม เกี่ยวข้องกับ ผู้บริโภค สังคม ในการกำหนดราคา (Cost) ของผลิตภัณฑ์ คำนึงถึงเรื่องเกรดของวัสดุ วิธีการผลิต ต้นทุน ระยะเวลาในการผลิต มีการกำหนดระยะเวลาในการจัดจำหน่ายว่าเหมาะสม เพราะ มีการวางแผนอย่างถูกต้อง ขายได้เรื่อยๆ หน้าเทศกาลออกจำหน่ายจะขายดี เช่น วันพ่อ วันแม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุภคคณิศร รุ่งเรือง. (2533 : 145) ด้านการรับรู้ราคา พบว่า ผู้หญิงวัยทำงานมีการรับรู้ราคาต่อสินค้า ตราयीหือระดับสูง โดยเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก

เวลาผลิตสินค้าต้องดูกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ลูกค้ามักซื้อเป็นของฝาก ของขวัญ มีแนวความคิดด้านการตลาดในผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ ทำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด และสนองความต้องการทางด้านผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อ หรือสั่งผลิต มีความทนทานสวยงาม อายุการใช้งานที่ยาว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เอกลักษณ์ กาลมิตร (2542 : 73) กล่าวว่าการตลาดเป็นองค์ประกอบและปัจจัยในการผลิตสินค้าและบริการ เพราะตลาดจะบ่งชี้ถึงความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand) ของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด และเป็นตัวกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าหรืออุปทาน (Supply) มากน้อยตามไปด้วย

มีแนวความคิดด้านการขาย คือ ทำการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ให้ความเชื่อมั่นกับลูกค้าทุกครั้งที่ทำการขาย โดยการอธิบายให้ลูกค้ารู้ถึงประโยชน์ ความเป็นมา ความเชื่อของผลิตภัณฑ์ เน้นรูปทรงสวยงาม มีความคงทน เหมาะต่อการใช้งาน เน้นราคาที่เหมาะสม มีคุณภาพ เป็นที่ถูกใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พรรณนิษา เมืองผุย (2551 : 170) ปัจจัยด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกระเป๋า ผู้บริโภคให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้คำแนะนำกับลูกค้า โดยพนักงาน และการโฆษณา สถานที่จัดจำหน่ายมีภาพลักษณ์ที่ดี

### ด้านกฎหมาย

ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายทางการค้า และรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนเองเกี่ยวข้องกับข้อกำหนดทางกฎหมาย เพราะ พยายามไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบแบรนด์เครื่องหมายการค้า ตราสินค้า และคิดว่าข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอยู่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ มีทรัพย์สินทางปัญญา ยี่ห้อ ลิขสิทธิ์ ตราสินค้า รูปแบบ การส่งออก จะต้องจดลิขสิทธิ์ เพราะป้องกันคนอื่นลอกเลียนแบบ มันเป็นตราสินค้าจะได้เป็นแบรนด์ของกลุ่มเอง ผลิตภัณฑ์ที่มีการจด

ลิขสิทธิ์ คือ รongเท้า กระเป๋า และเข็มขัด และเคยส่งออกขายต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศ ญี่ปุ่น มาเลเซีย ดูไบ อเมริกา จีน อินเดีย เกาหลีใต้ ลาว เขมร จีน และมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายในการส่งผลิตภัณฑ์ไปขายต่างประเทศเพราะเคยส่งออกแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิตรกร คอวณิช (2547 : 99) กล่าวว่า ในกรณีที่เป็นสินค้าที่ทำด้วยหนังแท้ จะต้องพิมพ์ แขนง หรือป้ายแสดงให้เห็นได้ชัด ระบุประเทศผู้ผลิต รัฐควรให้การสนับสนุนเรื่องข้อมูลข่าวสารทางการตลาด กฎระเบียบทางการค้าที่แตกต่างกันในตลาดแต่ละแห่ง