

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอ ปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอ ปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และเพื่อเสนอยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม โดยมี นายจ้าง ลูกจ้าง รวมจำนวน 15 คน และผู้ซื้อสินค้าจากร้านค้าทุกร้าน จำนวน 100 คน รวมเป็นทั้งหมด 115 คน เครื่องมือที่ใช้การศึกษาคือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การดำเนินงานสร้างแผนยุทธศาสตร์ได้กำหนดยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กิจกรรม/โครงการ และผู้รับผิดชอบ

สรุปผล

ผู้ประกอบธุรกิจและลูกจ้าง ในการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ประกอบการและลูกจ้างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี และอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่มักขาดประสบการณ์จากการทำงาน ด้านรายได้ส่วนใหญ่จะมีรายได้ 3,900 บาทต่อเดือน ระยะเวลาที่มาประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผา 4 ปี โดยส่วนมากสินค้าจะรับมาขายปลีกและก่อนจะลงมือทำธุรกิจมักจะศึกษาด้านราคา รับเครื่องปั้นดินเผาจากแหล่งด่านเกวียน ผู้ที่มาซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อแจกัน เป็นลูกค้าอาจารย์และซื้อสินค้าใช้เอง รายได้จากการขายต่อวัน 1,500-3,000 บาท สินค้าที่ขายดีที่สุดคือเครื่องประดับดินเผา และสินค้ามักจะขายดีในช่วงเช้า สินค้าที่นิยมเพราะมีลวดลายให้เลือกมากมาย และสวยงาม การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นโดยการใช้โทรศัพท์ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายสินค้ามาจาก การมีคู่แข่งที่มากขึ้น

ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ตามแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี โดยที่ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ระดับรายได้อยู่ระหว่าง น้อยกว่า 10,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและลูกจ้าง สถานที่พัก

อาศัยของผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีจำนวนการมาซื้อผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปนาน ๆ ครั้ง ช่วงเวลาในการมาซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ช่วงบ่าย ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผา นิยมมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และเมื่อจำแนกตามประเภทสินค้าหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่ผู้ซื้อนิยมซื้อมากที่สุด คือ กระถางต้นไม้/กล้วยไม้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลของการศึกษา โดยสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

1.1 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา พบว่า แนวทางการจัดการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัสดุ ความสวยงาม และความคงทน โดยต้องมีการคัดเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาจำหน่ายด้วย ด้านการจัดจำหน่ายนั้นต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีที่จอดรถที่สะดวก การจัดตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการแจกใบปลิว และมีการติดป้ายประกาศที่รถประจำทาง ส่วนด้านราคานั้นจะกำหนดราคาขายที่เหมาะสม ไม่แพงเกินไป และทำการศึกษาราคาขายปลีกสินค้าแต่ละประเภทในร้านอื่นๆ ด้วย เพื่อนำมากำหนดราคาของตนเอง แหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่เป็นดินเผาด่านเกวียน โดยประเภทของสินค้าที่ผู้ซื้อนิยมซื้อ ได้แก่ แจกันดินเผา กระถางต้นไม้ เครื่องประดับดินเผา และอ่างบัว เป็นต้น ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าทั่วไปมีทั้งประเภทลูกค้าประจำจากจังหวัดนครราชสีมาและลูกค้าขาจรจากต่างจังหวัดที่โดยสารมาด้วยรถทัวร์ ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อไปใช้เองและนำไปจัดตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ ราคาของสินค้าอยู่ระหว่าง 1,800-3,500 บาท สินค้าจะขายดีที่สุดช่วงตอนเช้า วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ได้แก่ มีผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาทำการแข่งขันในหลาย ๆ ด้านค่อนข้างสูง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

1.2 ลูกค้าจากร้านเครื่องปั้นดินเผาทุกรายไม่มีแนวทางการจัดการด้านการตลาดแหล่งรับซื้อเครื่องปั้นดินเผาทุกรายให้ข้อมูลเหมือนกันว่ามีแหล่งรับซื้อจากดินเผาด่านเกวียน โดยประเภทของเครื่องปั้นดินเผาที่ลูกค้านิยม ได้แก่ แจกันดินเผา กระถางต้นไม้ เครื่องประดับดินเผา น้ำพุ และอ่างบัว ลูกค้าจากร้านเครื่องปั้นดินเผาให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาจร โดยมีวัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า คือ ซื้อไปใช้เองและเป็นของฝาก ราคาของสินค้าอยู่ระหว่าง 1,500-3,500 บาท และสินค้าจะขายดีที่สุดในช่วงเช้า ปัญหาและอุปสรรคที่พบ ได้แก่ ลูกค้าหันไปซื้อสินค้าประเภทเซรามิก มีคู่แข่งมาก รถยนต์ไม่สามารถเข้าถึงหน้าร้านได้

วัตถุประสงค์หาได้ง่ายในหลายพื้นที่ สินค้ามีการลอกเลียนแบบ ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ และการขนส่งต้องใช้ความระมัดระวังไม่ให้สินค้าชำรุดแตกหักได้

1.3 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผามีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีเพียงสองประเด็นที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ช่วยส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย รองลงมา คือ ลวดลายของดินเผาไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ที่อื่น และ ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

1.4 ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผามีระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายเมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงประเด็นเดียวที่อยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านการจัดจำหน่าย คือ การจัดพื้นที่เหมาะสม รองลงมา คือ สถานที่กว้างขวางเพียงพอต่อผู้ซื้อ และสถานที่ตั้งหาง่าย สามารถมองเห็นได้ชัดเจนตามลำดับ

1.5 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผามีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และทุกประเด็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านการส่งเสริมการตลาดมี 2 ประเด็น คือ ป้ายร้านค้ามีรูปแบบสวยงาม สะดุดตา และผลิตภัณฑ์มีข้อมูลสำคัญ ครบถ้วน ดัดแปลงไว้ชัดเจน และรองลงมา คือ ดัดป้ายราคาได้อย่างชัดเจน และข้อมูลมีความทันสมัยตามลำดับ

1.6 ความพึงพอใจด้านราคา พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผามีระดับความพึงพอใจด้านราคา เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีเพียงประเด็นเดียวที่อยู่ในระดับมากที่สุดระดับปานกลาง 3 ประเด็น และระดับมาก 3 ประเด็น โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านราคา คือ ท่านชอบมาตรการ เมื่อซื้อสินค้ามากกว่า 10 ชิ้น ได้รับส่วนลดในราคาพิเศษ และรองลงมา คือ ความรวดเร็ว ในการจ่ายเงิน และความสะดวก ในการจ่ายเงินซื้อสินค้า ตามลำดับ

1.6.1 เพื่อเสนอยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด้านเกี่ยวเนื่องอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

- 1.6.1.1 ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์
- 1.6.1.2 ยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่าย
- 1.6.1.3 ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 1.6.1.4 ยุทธศาสตร์ด้านราคา

อภิปรายผล

ผู้ศึกษาสามารถนำผลของการศึกษามาทำการอภิปรายผล โดยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยสามารถนำผลของข้อมูลมาทำการอภิปรายผลของการวิจัยได้ดังนี้

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจและลูกจ้างในร้านเครื่องปั้นดินเผา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี และอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่มักขาดประสบการณ์จากการทำงาน ด้านรายได้ส่วนใหญ่จะมีรายได้ 3,900 บาทต่อเดือน ระยะเวลาที่มาประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผา 4 ปี โดยส่วนมากสินค้าจะรับมาขายปลีกและก่อนจะลงมือทำธุรกิจมักจะศึกษาด้านราคา สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา ด้านราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนของรุ่งทิพย์ ปุ่มกระโทก และคณะ (2544 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ในอดีตเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนเป็นการทำเนื่องจากการมีทรัพยากรในท้องถิ่นที่ได้จากธรรมชาติ โดยใช้วัตถุดิบที่ได้จากท้องถิ่น เป็นการใช้แรงงานในครัวเรือนไม่มีการลงทุนส่วนมากจะเป็นการลงทุน จึงมีราคาไม่แพงในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีการแข่งขันในด้านการผลิตและการลงทุน ต้องมีการซื้อดินจากท้องถิ่น ซื่อพินซึ่งใช้เป็นเชื้อเพลิง ลงทุนซื้อเครื่องจักรทุนแรงและมีการจ้างแรงงาน ทำให้เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนมีราคาสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ผู้ประกอบการมักจะทำการศึกษาด้านราคาก่อนทำธุรกิจ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในภาวะตกต่ำและเปลี่ยนแปลงเสมอ ทำให้ผู้ซื้อสินค้าใช้ราคาเป็นเกณฑ์ตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องปั้นดินเผา ดังนั้นจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาและกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสมที่ใกล้เคียงกันกับคู่แข่ง รับเครื่องปั้นดินเผาจากแหล่งด่านเกวียน ผู้ที่มาซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อแจกัน ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขจรและซื้อสินค้าใช้เองรายได้จากการขายต่อวัน 1,500-3,000 บาท สินค้าที่ขายดีที่สุดคือเครื่องประดับดินเผา และสินค้ามักจะขายดีในช่วงเช้า สินค้าส่วนใหญ่ขายดีเพราะมีลวดลายให้เลือกมากมาย และสวยงาม การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นโดยการใช้โทรศัพท์ โดยปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายสินค้ามาจาก การมีคู่แข่งที่มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของราตรี สรรพศรี (2539 : 37) ผลการวิจัยพบว่า ด้านวัตถุประสงค์ของการผลิตเป็นการประกอบอาชีพในครอบครัว โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำขายได้เป็นหลัก ได้รับการถ่ายทอดจาก

บรรพบุรุษ ผู้สร้างงานพอใจในอาชีพของตนเพราะถนัด มีความชอบและใจรักและเป็นอาชีพของท้องถิ่น ด้านวัตถุคือ วัตถุเป็นดินในท้องถิ่นทั้งหมดได้จากทุ่งนา มี 2 ประเภท คือ ดินทราย ได้จากบ่อดินใกล้บริเวณฝั่งแม่น้ำมูล ดินเหนียวได้จากบริเวณทุ่งนา มีคุณสมบัติเหมาะแก่การขึ้นรูป ผู้สร้างงานทั้งหมดได้ดินด้วยการซื้อจากผู้ประกอบการจำหน่ายดิน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจเครื่องปั้นดินเผามีรากฐานมาจากการทำหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในครัวเรือน และพัฒนารูปแบบการขายต่างๆ ทำให้เกิดมีผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผามากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องปั้นดินเผายังคงรูปแบบ ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและเป็นผลิตภัณฑ์ของตำบลด่านเกวียนมานาน

ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ช่วยส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาซึ่งจำแนกความสำคัญของเครื่องปั้นดินเผาตามความสำคัญทางด้านศิลปะและสุนทรีย์ของ บรอนสัน (Bronson, 1976 : 6) ที่กล่าวว่า เครื่องปั้นดินเผามีความงามด้านรูปแบบรูปทรงและสัดส่วน ความงดงามของเนื้อดิน ลวดลายและสีสันทัน ทั้งที่เกิดจากกระบวนการตกแต่งและความงามของเครื่องปั้นดินเผาจึงเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมและอารยธรรม ดังนั้นเครื่องปั้นดินเผาจึงมีความสัมพันธ์กับศิลปะ ทั้งด้านประติมากรรมเกี่ยวข้องกับการปั้น ด้านจิตรกรรมเกี่ยวข้องกับการลวดลาย สีสันทันของเครื่องปั้นดินเผา และองค์ประกอบศิลปะในเรื่องที่เกี่ยวกับสัดส่วนรูปทรง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนมีความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมอย่างเด่นชัด เครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนมีภาพลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และชื่อเสียงมายาวนานและมีการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมการผลิตเครื่องปั้นดินเผาจากยุคอดีตสู่ยุคปัจจุบันได้ดีเรื่อยมา ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่ชัดเจนว่าเครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่คนในยุคปัจจุบันยังเห็นความสำคัญทางศิลปะและความสุนทรีย์ของเครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียน

ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายเมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านการจัดจำหน่าย คือ การจัดพื้นที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาของ รุ่งทิพย์ ปุ่มกระโทก และคณะ (2544 : 3) ที่กล่าวว่า การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนในบริเวณชุมชนด่านเกวียน มีการนำสินค้ามาวางจำหน่ายในร้านและหน้าร้านทุกวัน และทุกประเภท ผู้ซื้อสามารถเดินชมและหาซื้อได้จากร้านและสั่งซื้อ หรือสั่งทำได้ในบางร้าน มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมของตลาดและของใช้ประจำวัน ที่มีมากคือของที่ระลึกและเครื่องประดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตติมา แสนยากร (2548 : บทคัดย่อ) ผลการวิจัยพบว่า การเลือก

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม และตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนอกจากจะทำให้สินค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างตรงกลุ่มแล้วยังมีส่วนช่วยสนับสนุนให้สินค้านั้นๆ ประสบความสำเร็จอีกด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผาเห็นความสำคัญของการจัดพื้นที่ว่ามีความสำคัญอย่างมากในที่จะจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะต้องอำนวยความสะดวกในการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และจะส่งผลให้เกิดการเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบาย และง่ายต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ ประกอบกับมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อมากมายหลายประเภท มีสินค้าบริเวณหน้าร้านและในร้าน ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านการจัดพื้นที่เหมาะสมมากที่สุด

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านการส่งเสริมการตลาดมี 2 ประเด็น คือ ป้ายร้านค้ามีรูปแบบสวยงาม สะดุดตา และผลิตภัณฑ์มีข้อมูลสำคัญ ครบถ้วน ดึงดูดใจชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไวอัทท์ (Wyatt, 1999 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร ที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยทำการสำรวจองค์กรในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า เพราะเมื่อเปรียบเทียบระหว่างองค์กรที่มีผลการดำเนินงาน ที่ดีกับองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่ไม่ดี จะเห็นได้ว่าประสิทธิผลของการสื่อสารในองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่ดีจะสูงกว่าองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่ไม่ดี พบว่า ในจำนวนบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานนั้น ความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อพัฒนาและถ่ายทอดกลยุทธ์เป็นสิ่งจำเป็นยิ่ง การสื่อสารภายในองค์กร เป็นเสมือนการเชื่อมโยงระหว่างการวางแผน และการปฏิบัติ ทำให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจบทบาทของตนเอง และสิ่งที่สมาชิกแต่ละคนถูกคาดหวังเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสภาพขององค์กรที่ดีประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนั้นให้ความสำคัญกับการสื่อสารอย่างมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีการสื่อสารที่ดีภายในองค์กรและภายนอกองค์กรด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องกันในด้านของการสื่อสารของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาที่จะต้องทำการสื่อสารสิ่งที่บ่งบอกความเป็นตนเองแก่ผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผาสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ด้วยป้ายร้านค้า และสื่อสารผ่านตัวผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาได้ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างหนึ่งเช่นกัน

ความพึงพอใจด้านราคา พบว่า ผู้ซื้อเครื่องปั้นดินเผาในระดับความพึงพอใจด้านราคา เมื่อพิจารณาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีเพียงประเด็นเดียวที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยความพึงพอใจมากที่สุดด้านราคา คือ ท่านชอบมาตรการ เมื่อซื้อสินค้ามากกว่า 10 ชิ้น ได้รับส่วนลดในราคาพิเศษ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาของ รุ่งทิพย์ ปุ่มกระโทก และคณะ

(2544 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียนในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีการแข่งขันในด้านการผลิตและการลงทุน ต้องมีการซื้อดินจากท้องถิ่น ซื่อฟันซึ่งใช้เป็นเชื้อเพลิง ลงทุนซื้อเครื่องจักรทุนแรงและมีการจ้างแรงงาน ทำให้เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียนมีราคาสูงขึ้น ซึ่งราคาของเครื่องปั้นดินเผานั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อน้อย ประกอบต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผาสูงขึ้น จึงทำให้ผู้บริโภคนิยมรอที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการลด แลก แจก แถมจากผู้ประกอบการ ดังนั้นเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องจัดรายการซื้อผลิตภัณฑ์และใช้ราคาเป็นการกระตุ้นยอดขายให้สูงขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าราคาเป็นเครื่องมือของการส่งเสริมการตลาดอย่างหนึ่งด้วย

2. เพื่อเสนอยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียน อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สามารถกำหนดแผนยุทธศาสตร์ที่ได้จากการรวบรวมสิ่งที่ต้องปรับปรุงในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดแผนยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียนได้อย่างเหมาะสม โดยสามารถกำหนดได้ 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ คือ

- 2.1 ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์
- 2.2 ยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่าย
- 2.3 ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 2.4 ยุทธศาสตร์ด้านราคา

สอดคล้องกับการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ของบุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2547 : 67) ได้ให้ความหมายการจัดการเชิงยุทธศาสตร์สำหรับ CEO คือ การมุ่งเน้น หรือ ผลักดัน เพื่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยหวังว่างานที่มุ่งเน้นนั้น จะนำพาองค์กรหรือกิจการไปสู่ความสำเร็จ กระบวนการธุรกิจ อาจแยกแยะได้เป็น

1. กระบวนการปฏิบัติการ (Operations process)
2. กระบวนการสนับสนุน (Supporting process)

โดยที่กระบวนการปฏิบัติการเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดผลผลิต คือสินค้า และ/หรือ บริการ ขณะที่กระบวนการสนับสนุนเป็นกระบวนการที่จำเป็นต้องมี เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปโดยราบรื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่องค์กรใดที่มีการวางแผนหรือการจัดการด้านกลยุทธ์ที่ดี ย่อมทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จ เพราะการจัดการกลยุทธ์นั้นจะช่วยผลักดันองค์กร

ไปสู่เป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นแนวทางให้ทุกคนที่อยู่ภายใต้ องค์กรสามารถที่จะดำเนินการตามแผนกลยุทธ์นั้นไปได้ในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผาและลูกจ้างในร้านเครื่องปั้นดินเผาจะต้องประสานความร่วมมือกันในการที่จะทำให้อุตสาหกรรมนี้ประสบความสำเร็จ โดยการกำหนดแผน ยุทธศาสตร์การจัดการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาด้านเกี่ยวอย่างเหมาะสม โดยสามารถกำหนดได้ 4 ยุทธศาสตร์ ตามที่ได้เสนอไว้ข้างต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

1.1 ผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผา ควรทำการปรับปรุงด้านการจัดจำหน่าย เช่นในเรื่องของป้ายแสดงร้านค้า รวมไปถึงการจัดการปรับปรุงด้านสถานที่ทั้งนอกและภายในร้าน

1.2 ผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผา ควรทำการแก้ไขด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับป้ายแสดงสินค้าและราคา เพื่อเป็นการแสดงข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์ให้ เห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้

1.3 ผู้ประกอบการร้านเครื่องปั้นดินเผา จะต้องทำการกำหนดเกณฑ์ของราคา ผลิตภัณฑ์ให้เป็นมาตรฐานทั่วไป โดยต้องกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม ซึ่งการ กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ควรที่จะต้องคำนึงถึงราคาของผลิตภัณฑ์ในแหล่งที่เป็นคู่แข่งชั้น ในตลาดเครื่องปั้นดินเผาพร้อมด้วย เช่น ตลาดเซรามิก จังหวัดลำปาง เป็นต้น

1.4 ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ควรเลือกสรรตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความ หลากหลายมากขึ้น และควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยต้องคำนึงถึงในทุก ขั้นตอน ก่อนที่จะนำออกจำหน่าย เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและได้มาตรฐาน

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่นร่วมด้วย เช่นทำการศึกษาตลาด เครื่องปั้นดินเผาจากบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์กว้างขึ้น

2.2 ควรศึกษาสภาพความเป็นจริงและความต้องการของผู้ประกอบการ เครื่องปั้นดินเผา โดยการทดลองหาประสิทธิภาพของการขาย และการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว (Longitudinal Study)

2.3 ควรทำการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ทุกด้านกับตัวแปรอื่น หรือทำการศึกษาวิจัยการนำยุทธศาสตร์มาใช้ เช่น ยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ ยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่าย ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด และยุทธศาสตร์ด้านราคา