



ศักยภาพในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิก
ดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา

The Potential of Electronic Commerce System Development of the
Ceramic Din Sam Nam, Contemporary Design in Bang Klam District,
Songkhla Province

คณิดา ไกรสันติ^{1*}, ฐานันท์ ตังจุจกุล², พาฝัน รัตนะ³ และบุญรัตน์ บุญรัมย์⁴
Kanida Kraisanthi^{1*}, Thanan Tangrujikul², Phafan Rattana³
and Boonrad Boonradsamee⁴

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Assistant Professor, Business Information Systems, Hatyai Business School, Hatyai University.

² อาจารย์, สาขาวิชาการประถมศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

² Academic, Elementary Education, Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University.

³ อาจารย์, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

³ Academic, Business Information Systems, Hatyai Business School, Hatyai University.

⁴ อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

⁴ Academic, Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University
of Technology Srivijaya.

*Corresponding author, E-mail: kanida@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ คณะกรรมการกลุ่มบางกล่ำดินเผา จำนวน 20 คน และกลุ่มลูกค้า จำนวน 10 คน เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการจัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา มีศักยภาพความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ สมาชิกล้วนเป็นชาวบ้านในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน สินค้าเป็นงานฝีมือไม่ซ้ำแบบ ไม่ซ้ำลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง มีแนวคิดในการสืบสานภูมิปัญญาด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนให้คงอยู่ แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า และในส่วนของลูกค้ามีความต้องการด้านการจัดซื้อสินค้าหลากหลายช่องทางโดยเฉพาะทางออนไลน์เพื่อเลือกชมสินค้า รายละเอียดของสินค้า ราคา ประกอบการ



ตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า ทางกลุ่มจึงมีความต้องการในการจัดทำเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำเสนอสินค้า เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

คำสำคัญ: ศักยภาพ, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The research aimed to examine the readiness potential of develop the electronic commerce (e-commerce) system of the Ceramic Din Sam Nam Contemporary Design in Ban Bang Klam Community, Bang Klam District, Songkhla Province. The data was collected by the interview with twenty committees of Bang Klam Community and ten customers to examine the potential and readiness for the e-commerce system. The findings indicated as follows: The Ceramic Din Sam Nam, Contemporary Design in Ban Bang Klam Community, Bang Klam District, Songkhla Province had the readiness potential for group management in the form of a committee. The members all are the inhabitants of the community. It is to generate an income and distribute earnings to people in the community. Design and pattern of the crafting product are exclusive with own identity, along with a concept for the inheritance of pottery production wisdom of the community. Whereas there are disadvantages in the product distribution channel, advertising, and product public relations. And on the part of customers, there is a need for purchasing a variety of products, especially online to browse the product details of the product, the price, the decision to buy the product. The need for e-commerce website creation is required to advertise the product and increase the channel for public relations and product distribution in both national and international level

Keywords: Potential, Electronic Commerce



บทนำ

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสาธารณะ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ในยุคปัจจุบันอยู่ไม่น้อย และด้วยศักยภาพการสื่อสารของอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมการสื่อสารทั่วโลก จึงเกิดธุรกรรมต่าง ๆ มากมาย และเนื่องจากอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ต และการเพิ่มขึ้นของ เว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดน ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ ส่งผลให้การทำการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในสังคม (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2557)

กลุ่มบางกล่ำดินเผา ตั้งอยู่เลขที่ 39 หมู่ที่ 1 ตำบลบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เป็นกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา “ดินสามน้ำ” ในอดีต อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา มีชื่อเสียงด้าน เครื่องปั้นดินเผา โดยเฉพาะดินเหนียวที่มีเนื้อละเอียด ซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอนดิน ทั้งน้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย จนกลายเป็น “ดินสามน้ำ” ซึ่งบรรพบุรุษอยู่มาตายาย นำดินมารังสรรค์เป็นงานฝีมือ ทำหม้อ ถ้วยชาม และอิฐ สืบทอดกันมา เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีค่า มีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในด้าน ความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้แรงบันดาลใจจากแนวความคิดภูมิปัญญาในท้องถิ่น ใช้วัสดุธรรมชาติในชุมชน เพิ่มเติมเสน่ห์ให้สินค้า เป็นเครื่องปั้นดินเผาพร้อมสมัย มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจนทำให้เกิดความโดดเด่นและแตกต่าง ผลิตภัณฑ์ปั้นเป็นภาชนะ ของที่ระลึก ของใช้ ของประดับตกแต่งบ้าน ดังภาพประกอบที่ 1 แสดงตัวอย่างเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย

จากจุดเริ่มต้นทำเพื่อสืบสานภูมิปัญญาของชุมชนให้คงอยู่ จนสินค้าติดตลาดและมียอดขายอย่างต่อเนื่อง จึงผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์ โดยยึดมั่นผลิตชิ้นงานจากวัสดุธรรมชาติจากท้องถิ่นเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ชาวบางกล่ำสู่ตลาด แต่ปัจจุบันทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา จากชุมชนบางกล่ำ (กลุ่มบางกล่ำดินเผา) กำลังประสบปัญหาเรื่องช่องทางการตลาด ซึ่งในปัจจุบันมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าคือ การบอกต่อ จากลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าไปและการได้รับคัดเลือกให้ออกแสดงสินค้าตามงาน OTOP ที่จังหวัดจัดขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านั้นน้อยมาก คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา และนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง



ภาพประกอบที่ 1 แสดงตัวอย่างเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

ศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้ได้รับรู้ศักยภาพ และความสามารถของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในเรื่อง ทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยใช้แบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและสรุปผลการประเมิน เพื่อเป็นข้อมูลให้วิสาหกิจชุมชนใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางพัฒนาตนเอง และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องใช้พิจารณา กำหนดแนวทางส่งเสริมสนับสนุนตามศักยภาพ

แบบประเมินศักยภาพชุมชน ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน จึงได้ให้คำอธิบายประเด็นคำถามไว้ดังนี้

1) ทิศทางวิสาหกิจชุมชน เป็นการประเมินเพื่อให้ทราบแนวทางการกำหนดทิศทางดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชนในเรื่องการบริหารองค์กร และความรับผิดชอบต่อชุมชน ทั้งในส่วนของผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน



2) การวางแผนการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน มุ่งเน้นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน เพื่อจุดมุ่งหมายในการนำแนวความคิด กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายและทิศทางในการผลิตหรือบริการไปสู่ผู้รับบริการของวิสาหกิจชุมชน การแปลงแนวคิดเป็นแผนดำเนินการวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับแผนแม่บทชุมชนแบบมีส่วนร่วม ตลอดจนแสดงถึงการถ่ายทอดแนวทางปฏิบัติตามแผนไปสู่สมาชิก การติดตามควบคุมและการปรับแผน เพื่อให้ดำเนินงานบรรลุผลตามเป้าหมาย มุ่งเน้นแง่มุมสำคัญ 3 ประการ คือ ครอบคลุมพึ่งตนเอง ชุมชนเครือข่ายพอเพียง และธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ

3) การบริหารตลาด มุ่งเน้นถึงวิธีการที่วิสาหกิจชุมชนใช้ในการทำความเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้าและตลาด ซึ่งมีทั้งตลาดภายในและภายนอกชุมชน โดยมีจุดมุ่งหมายในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นหลัก มีการบริหารเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมการผลิตหรือบริการที่มีความสัมพันธ์กันเกื้อกูลกัน และส่งเสริมซึ่งกันและกัน สร้างความประทับใจความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวิสาหกิจชุมชน และลูกค้า การรับฟังข้อมูลความพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้มีการเรียนรู้ทำความเข้าใจลูกค้าและตลาด เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนร่วมกันดูแลทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชน ให้มีใช้ตลอดไปอย่างสมดุล

4) การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การจัดการความรู้ ข่าวสาร ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเองที่มีการจัดเก็บและรวบรวมอย่างมีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ มีความพร้อมและสะดวกในการนำมาใช้งาน ทำให้การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน มุ่งเน้นการบริหารจัดการชุมชน ที่ประกอบด้วย คน ความรู้ ความสามารถ ภูมิปัญญาของชุมชนและเครือข่าย ภายใต้กระบวนการตัดสินใจในการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับแผนดำเนินการวิสาหกิจชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถนำไปบริหารจัดการสมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและขยายผลสู่เครือข่าย

6) กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ กระบวนการหรือวิธีการต่าง ๆ ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และส่งผลต่อความสำเร็จและการเติบโตของกิจการ

7) ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เป็นการประเมินผลจากการดำเนินงานและแนวโน้มในด้านต่างๆ ที่สำคัญได้แก่ ผลลัพธ์ด้านประสิทธิผลตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน ด้านคุณภาพสินค้าและบริการ ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงานและด้านพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ,2555)



พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

เจริญศักดิ์ รัตนวราห์ และวัชรพล เกษตรชนม์ (2559) ได้อธิบายไว้ว่า E-commerce คือ การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุก ๆ ช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การโฆษณาในอินเทอร์เน็ต แม้กระทั่งซื้อขายออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่าย และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร

ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ (2552) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Commerce) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางสำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร ทั้งนี้ เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ดังนั้น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นรูปแบบที่ดีทั้งกับผู้ซื้อ ผู้ขาย บุคคลทั่วไป และองค์กร แต่ในขณะเดียวกันยังมีข้อจำกัดในบางส่วน เช่น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของสังคมชนบท การหลอกลวง ความไม่ปลอดภัยในระบบ ซึ่งการมีคุณธรรมจริยธรรมและการปฏิบัติภายใต้กฎหมายอย่างเคร่งครัดจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนควรตระหนัก

รูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ภาวธ พงษ์วิทยานุก (2550) ได้แบ่งรูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1) การค้าแบบบุคคล กับ บุคคล (C2C: Consumer to Consumer) การค้าและการทำธุรกรรมระหว่างบุคคลกับบุคคล ซึ่งการค้าขายนี้อาจทำผ่านเว็บไซต์ที่จัดตั้งขึ้นมาเป็นการเฉพาะ เช่น การซื้อขายในรูปแบบของการประกาศขาย หรือการประมูลสินค้า

2) การค้ารูปแบบธุรกิจกับบุคคล (B2C: Business to Consumer) การค้าและการทำธุรกรรมระหว่างร้านค้ากับผู้บริโภคที่เป็นบุคคลทั่วไป ซึ่งเป็นการค้าแบบขายปลีก ที่มีการส่งสินค้าจำนวนไม่มาก

3) การค้ารูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B: Business to Business) ลักษณะหรือรูปแบบการค้าและทำธุรกรรมระหว่างบริษัทและร้านค้าด้วยกัน ส่วนใหญ่จะมีการสั่งซื้อสินค้าและมีมูลค่าการค้าขายที่สูง

4) การค้ารูปแบบธุรกิจกับรัฐบาล (B2G: Business to Government) การค้าแบบนี้มักจะเกิดขึ้นระหว่าง องค์กรหรือหน่วยงานที่เป็นเอกชนกับองค์กรของรัฐ โดยมากรัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องค่อนข้างมาก เช่นการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานรัฐบาลต่าง ๆ



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ได้แก่ คณะกรรมการกลุ่มบางกล้าดินเผา ชุมชนบ้านบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้นำกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม และกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อสินค้าของทางกลุ่มจำนวน 10 คน เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการจัดทาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ข้อมูลศักยภาพและความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และความรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ตีไซน์ร่วมสมัย ชุมชนบ้านบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย

ศึกษาศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ตีไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา

1. ข้อมูลศักยภาพและความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

1) ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม

กลุ่มบางกล้าดินเผา เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชน จำนวน 20 คน โดยมีนายชาญชัย ทัพย์มณี เป็นประธานกลุ่ม มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน และสมาชิกกลุ่ม โดยผู้นำกลุ่มมีแนวคิดในการสืบสานภูมิปัญญาด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนให้คงอยู่ มุ่งมั่นผลิตชิ้นงานจากวัสดุธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่นเท่านั้น เพราะต้องการสะท้อนเอกลักษณ์ของบางกล้าออกสู่ตลาดให้มากที่สุด โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ล้วนเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน

2) เงินทุน

กลุ่มบางกล้าดินเผา มีต้นทุนในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา โดยแบ่งเป็นขั้นเล็ก ต้นทุนประมาณ 150 บาทต่อชิ้น ตั้งราคาขายประมาณ 350 บาท และขั้นใหญ่ ต้นทุนประมาณ 1,500 บาทต่อชิ้น ตั้งราคาขายประมาณ 3,500 บาท และมีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างง่าย เพื่อบริหารจัดการรายได้ของทางกลุ่ม

3) การผลิตและวัตถุดิบ

กลุ่มบางกล้าดินเผา มีแหล่งวัตถุดิบหลักในท้องถิ่น ซึ่งเป็นดินสำเร็จรูปจากท่านางหอม (ดินสามน้ำ) ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เริ่มด้วยการนำดินเหนียวที่นวดแล้ววางบนแป้นหมุนขึ้นรูปทรงตามที่ต้องการ ตกแต่งรูปทรง ขนาด ความหนาให้เรียบร้อย ใช้กะลา หรือหินขัด ตกแต่งรูปทรงให้สวยงาม แล้วนำมาผึ่งให้แห้ง จากนั้นกำหนดลวดลายที่ต้องการลงบนภาชนะที่ต้องการใช้เครื่องมือที่ทำด้วยไม้ไผ่ หรือเหล็กขูด แกะตามลายที่กำหนดไว้ตกแต่งลวดลายให้สวยงาม เศษดินที่ติดตามร่องลายตามชอกลายให้นำออกให้หมด นำภาชนะที่แกะเรียบร้อยแล้วไปผึ่งในที่ร่มโล่ง โปร่ง ห้ามตากแดด เพราะจะทำให้

ให้ภาชนะที่ปั้นแตกร้าวได้ และนำภาชนะแกะตักแต่งที่แห้งแล้วนำไปเผาเตาเผาเผาด้วยอุณหภูมิประมาณ 800 องศาเซลเซียส ถึง 1,000 องศาเซลเซียส ใช้เวลาเผาประมาณ 22 – 25 วัน ผลงานที่เผาเสร็จจะมีสีเนื้อดินเป็นสีส้ม อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวบางกล่ำ เซรามิก "ดินสามน้ำ" จากบางกล่ำ นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในด้านความคิดสร้างสรรค์ด้วยการใช้แนวคิดภูมิปัญญาที่มีอยู่ โดยใช้วัสดุธรรมชาติในชุมชน แล้วเพิ่มด้วยการเติมเสน่ห์ให้สินค้า ตลอดจนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจนทำให้เกิดความโดดเด่นและแตกต่างไปจากผู้ประกอบการรายอื่น ดังภาพประกอบที่ 2 การผลิตเครื่องปั้นดินเผา



ดังภาพประกอบที่ 2 การผลิตเครื่องปั้นดินเผา

4) ผลิตภัณฑ์

กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา จัดจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง นอกจากการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าโอท็อปต่าง ๆ แล้ว ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ร้านทางไท ห้างสรรพสินค้าโอเดียน หาดใหญ่ และจัดส่งให้ลูกค้ากลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท ในเกาะสมุย และภูเก็ต แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า โดยมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา แสดงดังตารางที่ 1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบางกล่ำดินเผา

ตารางที่ 1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบางกล่ำดินเผา

ผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
	ประเภทสินค้า : ชุดน้ำชา ชื่อ : ชุดน้ำชาฐานใบบัว (เคลือบแวว) ราคา : 2,900 บาท
	ประเภท : แก้ว ชื่อ : แก้วมัคสีคราม ราคา : 350 บาท
	ประเภท : แจกัน ชื่อ : แจกันคอยาวสีขาว ราคา : 450 บาท
	ประเภท : จาน ชื่อ : จานใบบัวเคลือบแวว 3 ขนาด ราคา : ใบใหญ่ 1,500 บาท ใบกลาง 520 บาท ใบเล็ก 180 บาท
	ประเภท : ของตกแต่งบ้าน ชื่อ : หน้ากากโจรสลัดสีน้ำตาลเข้ม ราคา : 250 บาท

5) การกำหนดราคา

ทางกลุ่มมีต้นทุนในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา โดยแบ่งเป็นชิ้นเล็ก ต้นทุนประมาณ 150 บาทต่อชิ้น ตั้งราคาขายประมาณ 350 บาท และชิ้นใหญ่ ต้นทุนประมาณ 1,500 บาทต่อชิ้น ตั้งราคาขายประมาณ 3,500 บาท เนื่องจากเป็นสินค้างานฝีมือ ไม่ซ้ำแบบ ไม่ซ้ำลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง จึงมีราคาขายค่อนข้างสูง



6) การส่งเสริมการขาย

กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีการส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จัก ผ่านทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ “บางกล่ำดินเผา” เช่น วิดีโอการผลิตเครื่องปั้นดินเผา วิดีโอการสอนอบรมการปั้นจากน้อง ๆ ที่มาเยี่ยมชมกลุ่ม รายละเอียดคอร์สสอนปั้นดินเผาให้กับผู้ที่สนใจ และภาพการมาเยี่ยมชมทางกลุ่ม เป็นต้น และผู้วิจัย ได้เสนอให้ทางกลุ่ม จัดทำของที่ระลึกให้กับลูกค้า ในโอกาสต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เพื่อแจกไปยังลูกค้าที่เข้าพักห้องพักราคาสูง โดยทำแท็กแขวนไว้เพื่อโชว์ข้อมูลของทางกลุ่มบางกล่ำดินเผา เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกช่องทางหนึ่ง

7) การจัดจำหน่าย

กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทั้งปลีกและส่ง นอกจากการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าโอท็อปต่าง ๆ แล้ว ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ร้านทางไท ห้างสรรพสินค้าโอเดียน หาดใหญ่ และจัดส่งให้ลูกค้ากลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท ในเกาะสมุย และภูเก็ต แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

8) การจัดการความรู้

กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีการรวบรวม ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ เช่น การอบรมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โครงการอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โครงการอบรมผู้ประกอบการ โครงการอบรมด้านการตลาดออนไลน์ และศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น

2. ความรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดิไซน์ร่วมสมัย ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา

1) รู้จักระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีความรู้เรื่องการขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในระดับปานกลาง เนื่องจากประธานกลุ่มได้เข้าร่วมการอบรมด้านการตลาด และการตลาดออนไลน์จากหน่วยงานภาครัฐอยู่เป็นประจำ แต่ทางกลุ่มใช้เพียงเฟสบุ๊ค และไลน์เป็นช่องทางในการบอกข้อมูลข่าวสารหรือขายสินค้า และนักวิจัย จึงได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ โดยลูกค้าหรือผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ สามารถดูข้อมูลรายละเอียดของสินค้า สั่งซื้อสินค้า และตรวจสอบข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าได้ และผู้จำหน่าย คือ คณะกรรมการกลุ่ม หรือตัวแทนผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลเว็บไซต์ สามารถดูข้อมูลรายละเอียดของสินค้า จัดการข้อมูลสินค้า ในเว็บไซต์ได้



2) ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มบางกล้าดินเผา มีรายได้ของกลุ่มจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มบางกล้าดินเผาเฉลี่ย 15,000 บาทต่อเดือน จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ต่อเดือน 50 – 100 ชิ้น กลุ่มลูกค้าหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน และภาคธุรกิจ ทางกลุ่มมีสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต จำนวน 2 คน คือประธาน และรองประธานกลุ่ม ปัจจุบันมีการใช้เฟสบุ๊คแฟนเพจและไลน์เป็นช่องทางในการบอกข้อมูลข่าวสารหรือขายสินค้า ซึ่งกลุ่มบางกล้าดินเผา มีความต้องการในการจัดทำเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำเสนอสินค้าของทางกลุ่ม เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้เป็นที่รู้จักแก่คนรุ่นหลังต่อไป

3) ความต้องการวิธีการสั่งซื้อสินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มบางกล้าดินเผา ต้องการใช้วิธีการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกเหนือจากช่องทางจำหน่ายผ่านเฟสบุ๊คและไลน์ และการออกบูธจำหน่ายสินค้า โดยทางกลุ่มมีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า ส่วนใหญ่จะมีสินค้าผลิตไว้เพื่อรอการจำหน่าย และการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อสินค้า โดยสินค้าแต่ละชิ้นจะมีความแตกต่างกันเป็นเอกลักษณ์

4) ความต้องการจัดส่งสินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มบางกล้าดินเผา ต้องการวิธีจัดส่งสินค้าโดยการส่งทางพัสดุไปรษณีย์ แบบ EMS และเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) คิดค่าจัดส่งตามน้ำหนักของสินค้าที่สั่งซื้อ และที่ผ่านมามีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าที่สั่งซื้อทางรถทัวร์

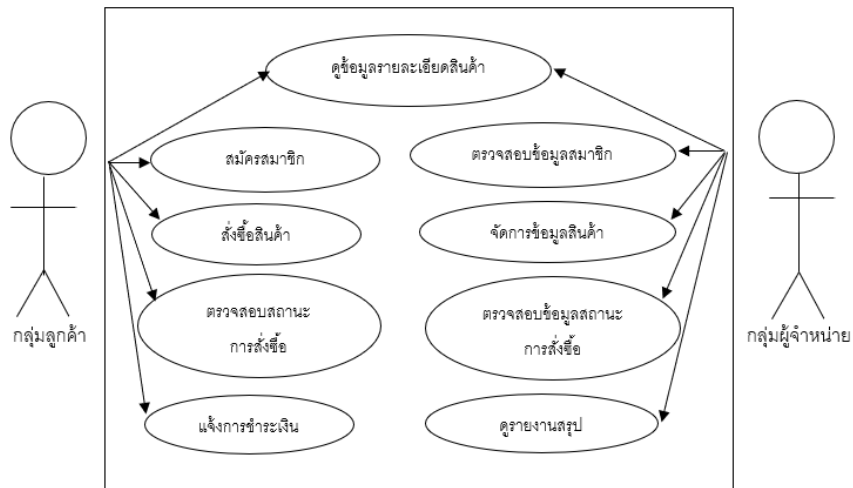
5) ความต้องการวิธีการรับชำระเงินเพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มบางกล้าดินเผา ต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าผ่านช่องทางบริการของธนาคาร และยังไม่สะดวกในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

6) ส่วนของลูกค้ามีความต้องการด้านการจัดซื้อสินค้าหลากหลายช่องทางโดยเฉพาะทางออนไลน์เพื่อเลือกชมสินค้า รายละเอียดของสินค้า ราคา ประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า

7) การวิเคราะห์และออกแบบต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เพื่อออกแบบต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(1) การออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ ดังภาพประกอบที่ 3 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบ (Use case diagram)



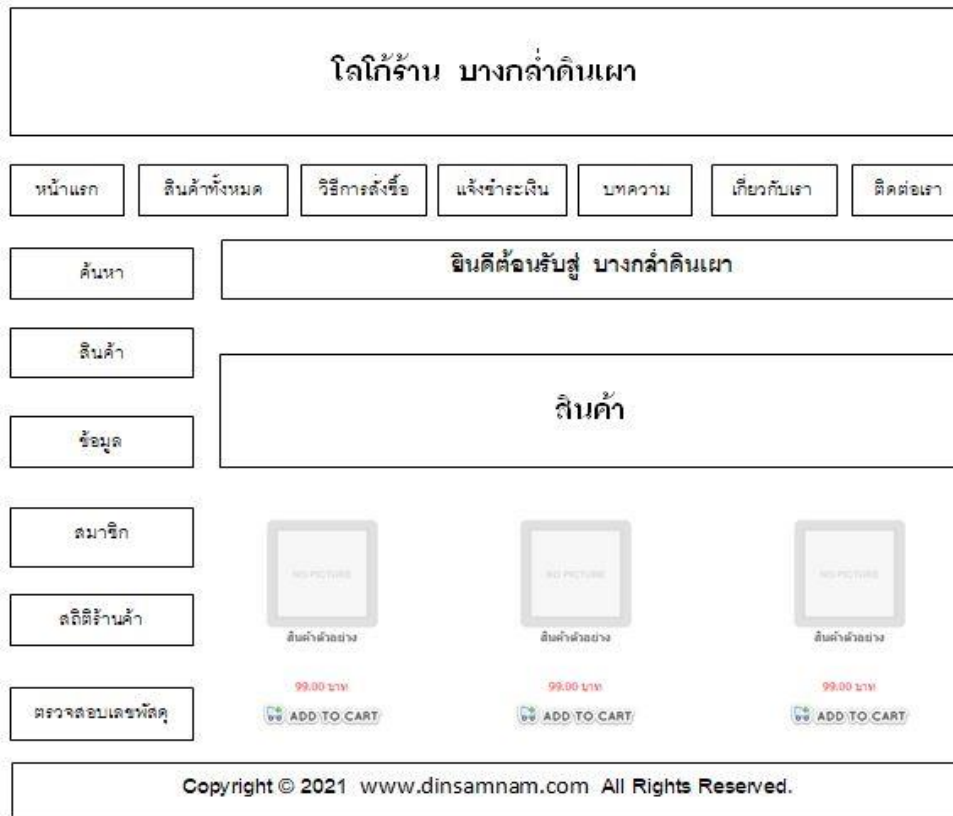
ภาพประกอบที่ 3 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบ (Use case diagram)

(2) การออกแบบต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1) ระบบหน้าร้าน (Front-End) เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า โดยส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้ ดูข้อมูลรายละเอียดของสินค้าในเว็บไซต์ สมัครสมาชิก สั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และแจ้งการชำระเงินกลับไปยังผู้จำหน่าย

2) ระบบหลังร้าน (Back-End) เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบ โดยส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับผู้ดูแลระบบ ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้ ดูข้อมูลรายละเอียดของสินค้าในเว็บไซต์ ตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิก จัดการข้อมูลสินค้าในเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ ตรวจสอบข้อมูลสถานะการสั่งซื้อของลูกค้า และเรียกดูรายงานสรุปต่าง ๆ

(3) การออกแบบหน้าเว็บไซต์หลักของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เซรามิกดินสามน้ำ ดีไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา ดังภาพประกอบที่ 4 แสดงหน้าเว็บไซต์หลักของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ภาพประกอบที่ 4 แสดงหน้าเว็บไซต์หลักของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดินเหนียวสมัย อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านการบริหารจัดการกลุ่มมีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ โดยผู้นำกลุ่มมีแนวคิดในการสืบสานภูมิปัญญาด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนให้คงอยู่ สมาชิกล้วนเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างง่าย เพื่อบริหารจัดการรายได้ของทางกลุ่ม มีแหล่งวัตถุดิบหลักในท้องถิ่น ผลงานมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวบางกล่ำ เซรามิก "ดินสามน้ำ" โดยผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา จัดจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า เนื่องจากเป็นสินค้างานฝีมือ ไม่ซ้ำแบบ ไม่ซ้ำลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง จึงมีราคาขายค่อนข้างสูง มีการส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จัก ผ่านทางเฟสบุ๊คแฟนเพจ "บางกล่ำดินเผา" อีกทั้ง มีการรวบรวมถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้ได้รับรู้ศักยภาพ และ



ความสามารถของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในเรื่อง ทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นข้อมูลให้วิสาหกิจชุมชนใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางพัฒนาตนเอง (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ,2555) ด้านความรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มบางกล้าดินเผา มีความรู้เรื่องการขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในระดับปานกลาง มีความต้องการในการจัดการทำเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำเสนอสินค้าของทางกลุ่ม เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้เป็นที่รู้จักแก่คนรุ่นหลังต่อไปโดยมีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า ส่วนใหญ่จะมีสินค้าผลิตไว้เพื่อรอการจำหน่าย และการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อสินค้า ต้องการวิธีจัดส่งสินค้าโดยการส่งทางพัสดุไปรษณีย์ แบบ EMS และเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) คิดค่าจัดส่งตามน้ำหนักของสินค้าที่สั่งซื้อ และต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าผ่านช่องทางบริการของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุก ๆ ช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การโฆษณาในอินเทอร์เน็ต แม้กระทั่งซื้อขายออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่าย และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร (เจริญศักดิ์ รัตนวราห์ และวัชรพล เกษตรระชนม์, 2559)

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาศักยภาพความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ดิไซน์ร่วมสมัย อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา ควรได้รับการพัฒนาต่อเป็นเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สมบูรณ์ และเพิ่มเติมในส่วนของคุณสมบัติที่เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ลูกค้าชาวต่างชาติ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เจริญศักดิ์ รัตนวราห์ และวัชรพล เกษตรระชนม์. 2559. *E-commerce ใครก็ทำได้*. กรุงเทพฯ:

ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.

ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). *การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์คอนซัลท์.

ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานุ. (2550). *e-Commerce “สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง”*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2542. *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2542*. สืบค้นจาก

<http://rirs3.royin.go.th/dictionary.asp>. [15 ตุลาคม 2561].



สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2555. คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นจาก <http://www.sceb.doae.go.th/DataAdvertise/คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน.pdf>. [12 ตุลาคม 2561].

โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. 2557. วิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ :ซีเอ็ดยูเคชั่น.