

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการส่งออกข้าวแต่นกรณีศึกษาจังหวัดลำปาง” มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการส่งออกข้าวแต่นในเขต จังหวัดลำปาง

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการส่งออกข้าวแต่นในเขตจังหวัดลำปางพบว่าการส่งออกข้าวแต่นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกหลายด้านคือด้านผู้บริหาร,ด้านมาตรฐาน,ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการตลาด และด้านความร่วมมือของชาวบ้าน

ด้านการบริหารงาน พบว่า มีการวางแผนกลยุทธ์ทางผู้บริหารมีการนำแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีคุณภาพ (Quality Management) การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) และการมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้องเช่น ผู้ประกอบการ พนักงานผลิต และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยสิ่งๆที่ผู้บริหารทุกโรงงานให้ความสนใจที่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคโดยที่มีการนำเอาเทคโนโลยีต่างๆมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองและพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐาน นอกจากนี้การบริหารแต่ละรายขึ้นอยู่กับแนวคิดของผู้บริหารกล่าวคือข้าวแต่นทวีพรรณใช้การทำงานให้เหมาะสมกับงานโดยที่สมาชิกครอบครัวเก่งคนละด้านจะมีการวางแผนที่ชัดเจนในแต่ละแผนก ข้าวแต่นแม่บัวจันทร์มีการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมในองค์กร ข้าวแต่นธานีจะมีการบริหารงานแบบสมัยใหม่มีการใช้กระบวนการบริหารงานมีคุณภาพPDCA และแม่บุญพินจะใช้การบริหารงานแบบครอบครัว

ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ พบว่า ในการส่งออกข้าวแต่นเพื่อส่งออกการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการเป็นอย่างยิ่งมีการจัดการด้านสุขลักษณะอาหารตามข้อกำหนดของโครงการมาตรฐาน FAO/WHO มีการจัดการด้านสุขลักษณะมาตรฐาน ISO 14021 GMP อย. และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.)

ด้านการตลาด พบว่า เรื่องของสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีความหลากหลายให้ผู้บริโภคได้มีการเลือกสรรชาติ และการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าแต่ละประเทศ ราคาสินค้า(Price)ข้าวแต่นเป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูงมากนัก ประกอบกับเป็นขนมที่อร่อยราคาไม่แตกต่างทำให้ได้รับความนิยม การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจุบันมีช่องทางการขายที่หลากหลายช่องทางตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคได้ดี เช่นFacebook Instagram Line และสังคมออนไลน์อื่นๆ เนื่องจากการทำข้าวแต่นนั้นส่วนใหญ่จะทำด้วยมือ แต่ถ้าหากในเรื่องของการเข้าถึงลูกค้าแล้วอาจมีการแข่งขันกับคู่แข่งได้ เนื่องจากการเข้าถึงลูกค้านั้นทำได้หลายวิธี เช่น โฆษณาทางสื่อต่างๆ การเข้าร่วมกิจกรรมระดับต่างประเทศ การจัดทำเว็บไซต์ขึ้น จึงทำให้อาจมีผู้ค้ารายอื่น ๆ จัดทำขึ้นด้วยเช่นกัน

การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกิจการส่วนใหญ่จะเน้นผลิตสินค้าเพื่อเป็นของฝาก และรองลงมาของทานเล่น ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นสามารถจำหน่ายได้ตามร้านทั่วไปหรือตามสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวที่นำไปฝากเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งธุรกิจนี้อาจจะสามารถส่งออกไปต่างประเทศได้อีกด้วย จึงเป็นธุรกิจที่อาจจะเติบโตได้ในอนาคต คู่แข่งกันของกิจการส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดลำปาง และละแวกหมู่บ้านเดียวกันซึ่งมีการผลิตข้าวแต่น้อยจำนวนมาก และเป็นสินค้าหรือรสชาติที่คล้ายๆกัน จะต่างกันตรงที่จำนวน รสชาติ บรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะรสชาติ และบรรจุภัณฑ์ โดยลูกค้าจะเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ สวยงาม ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่จะแข่งขันด้านรสชาติ บรรจุภัณฑ์ และการเข้าถึงลูกค้า จำนวนผู้ขายส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดเดียวกันหรือใกล้เคียง โดยจะขายเป็นของฝากตามร้านค้าทั่วไปที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหนึ่งร้านจะมีสินค้าประเภทเดียวกันอยู่มากมายและหลายรสชาติ และร้านค้าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้ๆกัน จึงทำให้ผู้ขายนั้นต้องขายในราคาที่ถูกกว่าลูกค้าส่วนใหญ่พอใจ จึงทำร้านค้าต้องลดราคาสินค้าจากแหล่งผลิต ให้มีกำไรที่พอสมควร ในการผลิตข้าวแต่น้อยส่วนใหญ่จะมีผลผลิตครั้งละมาก และลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะสั่งซื้อเป็นจำนวนมากเช่นกันซึ่งทำให้ราคาของสินค้านั้นถูกลง หรือถูกกว่าการซื้อครั้งละไม่มาก ซึ่งราคานั้นสามารถต่อรองกับผู้ผลิตได้

ด้านการบรรจุหีบห่อและการบรรจุภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ในจังหวัดลำปางผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างกันไปเพราะว่าบรรจุภัณฑ์เน้นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจการส่งออกข้าวแต่น้อยประสบผลสำเร็จดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการเอากลยุทธ์บรรจุภัณฑ์มาใช้ ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 4 รายมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกัน เน้นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยมีการนำเอาวัฒนธรรมที่ท้องถิ่นและวิถีชีวิตของชาวลำปางมาใช้เป็นภาพลักษณ์ดั้งเดิม และเน้นในเรื่องสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของชุมชน

ด้านความร่วมมือของชาวบ้าน พบว่า ในการประกอบธุรกิจข้าวแต่น้อยส่งออกของผู้ประกอบการจังหวัดลำปางทุกโรงงานที่มีการส่งออกข้าวแต่น้อยไปยังต่างประเทศ แรงงานที่ผลิตเป็นแรงงานท้องถิ่นในจังหวัดลำปางเป็นส่วนใหญ่ มีบางโรงงานที่พนักงานมาจากจังหวัดใกล้เคียงเช่นจังหวัดลำพูน แพร่ เชียงใหม่ ซึ่งธุรกิจการส่งออกข้าวแต่น้อยเป็นธุรกิจที่ช่วยเหลือแรงงานท้องถิ่นในจังหวัดลำปางและจังหวัดใกล้เคียงให้มีงานทำมีการทำ Contract Farming ระหว่างผู้ประกอบการที่ผลิตข้าวแต่น้อยกับกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าวและปลูกแตงโม รวมถึงกลุ่มที่รับจ้างทำเชือกร้อยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อข้าวแต่น้อยปัจจัยการสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้ส่งออกข้าวแต่น้อยได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก โดยที่รัฐบาลส่งเสริมในเรื่องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยรัฐสนับสนุนให้มีการให้สินเชื่อ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และหน่วยงานจากสถาบันการศึกษาเช่นมหาวิทยาลัยศิลปากรได้เข้ามาช่วยในการพัฒนากระบวนการผลิตเช่นการสร้างเตาอบที่ประหยัดพลังงานและสามารถผลิตได้ปริมาณมากกว่าเดิม

ส่วนปัจจัยที่ทำให้ปริมาณการส่งออกข้าวแต่น้อยแตกต่างกันที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกข้าวแต่น้อยของผู้ประกอบการ คือ 1. ปัญหาการพบสารเคมีในข้าวไทย 2. ค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้น 3. ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ 4. ปัญหาทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5. ปัญหาทางด้านเทคโนโลยี 6. ปัญหา

ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน 7.ปัญหาด้านมาตรฐาน 8.ปัญหาด้านเงินทุน 9.ปัญหาด้านความรู้

ซึ่งแนวทางสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการส่งออกสามารถที่จะดำเนินการวางแผน โดยมีขั้นตอนพื้นฐานเตรียมการส่งออกสินค้าดังนี้

1. ขั้นตอนเรื่องเอกสารการส่งออก

ในการส่งออกสินค้าผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและประกาศที่กรมศุลกากรและหน่วยงานอื่น ๆ กำหนดไว้ให้ครบถ้วนโดยมีเอกสารประกอบตามที่กฎหมายกำหนดและต้องจัดเตรียมให้พร้อม

2. ขั้นตอนการหาตลาด

ในการหาตลาดสำหรับสินค้าส่งออกหลายวิธีที่สามารถเรียนรู้ได้ในหลายรูปแบบคือ

1. การทำตลาดกับคนรู้จักหรือคนที่สนิทสนมกันเป็นอย่างดีและต้องมีศักยภาพและประสิทธิภาพ

2. การทำตลาดกับนายหน้าที่เป็นสมาชิกของกรมส่งเสริมการส่งออก

3. การทำการตลาดทางอินเทอร์เน็ต โดยจะเป็นการค้าขายทางอินเทอร์เน็ตหรือทางเว็บไซต์

4. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้ากับภาครัฐทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5. การทำตลาดเชิงรุก โดยการจัด Road Show โดยสำนักปฏิบัติการพิเศษ STF

นำผู้ประกอบการในเมืองไทย ไปเจรจาการค้ากับผู้ซื้อในต่างประเทศ

3. ขั้นตอนการตกลงซื้อขายระหว่างประเทศ

เกิดจากการตกลงซื้อขายกันระหว่างประเทศ โดยผู้ซื้อหรือผู้นำเข้าและผู้ขายหรือผู้ส่งออก ซึ่งอยู่กันคนละประเทศตกลงซื้อขายตามคำสั่งซื้อและผู้ขายหรือผู้ส่งออกได้รับชำระเงินค่าสินค้าแล้ว สิ่งที่ผู้ส่งออกต้องระมัดระวังก็คือการทำสัญญาซื้อขายหรือคำสั่งซื้อ

4. ขั้นตอนการเตรียมสินค้า

ทางผู้ส่งออกจะต้องเตรียมผลิตสินค้าให้พร้อมและเสร็จสิ้นก่อนกำหนดส่งสินค้าและในกรณีที่ผู้ส่งออกไม่ได้ผลิตสินค้าเองก็ต้องทำสัญญากับผู้ผลิตให้กำหนดส่งมอบสินค้าตามเวลาที่กำหนดและทำการทดสอบคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ได้ให้ไว้กับผู้ซื้อด้วย

5. ขั้นตอนการขนส่งสินค้า

ควรตรวจสอบการขนส่งสินค้าก่อนว่ามีตารางเดินเรือหรือเที่ยวบินในช่วงที่ต้องการส่งสินค้าหรือไม่ และควรจองระวางบรรทุกสินค้าไว้ล่วงหน้า

6. ชิปปิ้ง

ชิปปิ้งซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่คอยดำเนินงานพิธีการศุลกากรแทน ชิปปิ้งจึงต้องมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องพิธีการศุลกากรและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ โดยชิปปิ้งจะช่วยลดปัญหาต่าง ๆ และความยุ่งยากที่เป็นสาเหตุอันเกิดจากการไม่รู้ระเบียบพิธีการ

อภิปรายผล

ปัจจัยเชิงเหตุที่เกี่ยวข้องกับปริมาณการส่งออกข้าวแต่นในเขตจังหวัดลำปางพบว่า การส่งออกข้าวแต่นมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกหลายด้านคือด้านการบริหารงานมีการวางแผนกลยุทธ์ทางผู้บริหารมีการนำแนวคิดของการวิเคราะห์สภาพองค์กรมาใช้คือการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) สอดคล้องกับงานวิจัยการพัฒนาศักยภาพตลาดกรณีศึกษาขนมหวานป่าคำของน้ำฝน หล้าธิ และคณะ (2554) ที่มีการนำเอาหลัก SWOT มาใช้เพื่อเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค

ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์พบว่า ในการส่งออกข้าวแต่นเพื่อส่งออกการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการเป็นอย่างยิ่งมีการจัดการด้านสุขลักษณะอาหารตามข้อกำหนดของโครงการมาตรฐาน FAO/WHO มีการจัดการด้านสุขลักษณะมาตรฐาน ISO 14021 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ในชุมชนและการผลิตอาหารปลอดภัย

ด้านการตลาดเรื่องของสินค้าและผลิตภัณฑ์(Product) ที่มีความหลากหลาย ให้ผู้บริโภคได้มีการเลือกรสชาติ และการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์(Packaging) ที่มีรูปแบบสีสรรที่หลากหลายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าแต่ละประเทศ การส่งเสริมการตลาด(Promotion) ปัจจุบันมีช่องทางการขายที่หลากหลายช่องทาง นอกจากนี้รัฐได้ให้ความช่วยเหลือและคุ้มครองกันโดยใช้มาตรการที่สำคัญคือ กำแพงภาษีสินค้าขาเข้าและโควตานำเข้า เป็นต้น (ณัฐพงษ์ ภูชมศรี, 2554) ซึ่งรวมถึงการเพิ่มพูนความสามารถในการแข่งขันให้แก่ระบบเศรษฐกิจโดยรวมการเปิดเสรีทางการค้า(องอาจ สุขุมลวรณ, 2546)

ในด้านเทคโนโลยีสำหรับการผลิตข้าวแต่นนั้น ไม่มีผลกระทบเนื่องจากการทำข้าวแต่นนั้นส่วนใหญ่จะทำด้วยมือ ซึ่งงานวิจัยของบุรินทร์รัตน์ ครอบไทรเวส (2557) ได้ศึกษาแนวทางการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจข้าวแต่นโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ จังหวัดลำปาง พบว่า การลงทุนในโรงอบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์ในธุรกิจข้าวแต่นมีโอกาสเป็นไปได้ที่ 73.4% จากการแทนค่าใน Monte Carlo Simulation ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการหาโอกาสความเป็นไปได้ เพราะช่วยลดระยะในการตากข้าวแต่นและสินค้ามีมาตรฐานที่ดี การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกิจการส่วนใหญ่จะเน้นผลผลิตสินค้าเพื่อเป็นของฝาก และรองลงมาของทานเล่น ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นสามารถจำหน่ายได้ตามร้านทั่วไปหรือตามสถานที่ท่องเที่ยวสอดคล้องกับ (Kotler & Keller, 2009, p. 787) ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวที่นำไปฝากเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งธุรกิจนี้อาจจะสามารถส่งออกต่างประเทศได้อีกด้วย จึงเป็นธุรกิจที่อาจจะเติบโตได้ในอนาคต คู่แข่งกันของกิจการส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดลำปาง และละแวกหมู่บ้านเดียวกันซึ่งมีการผลิตข้าวแต่นอยู่จำนวนมาก และเป็นสินค้าหรือรสชาติที่คล้ายๆกัน จะต่างกันตรงที่จำนวน รสชาติ บรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะรสชาติ และบรรจุภัณฑ์ โดยลูกค้าจะเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ สวยงาม ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่จะแข่งขันด้านรสชาติ บรรจุภัณฑ์ และการเข้าถึงลูกค้า สอดคล้องกับ (Armstrong & Kotler, 2009, p. 617)

เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker & Stanton, 2007, p. 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง จำนวนผู้ขายส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดเดียวกันหรือใกล้เคียง โดยจะขายเป็นของฝากตามร้านค้าทั่วไปที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหนึ่งร้านจะมีสินค้าประเภทเดียวกันอยู่มากมายและหลายรสชาติ และร้านค้าส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้ๆกัน จึงทำให้ผู้ขายนั้นต้องขายในราคาที่ถูกกว่าส่วนใหญ่อีก จึงทำร้านค้าต้องรองราคาสินค้าจากแหล่งผลิต ให้มีกำไรที่พอสมควร สอดคล้องกับพีรดา ภูญชร และคณะ (2555) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวแต๋นน้ำแตงโมหน้าธัญพืชของกลุ่มข้าวแต๋นน้ำแตงโมเจ้าสำราญ ตำบลพระบาท อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง ปัจจุบันทางกลุ่มนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้แล้ว ทำให้สามารถขยายตลาดเพิ่มขึ้นและส่งผลให้มีรายได้สูงขึ้น

ในการผลิตข้าวแต๋นนั่นส่วนใหญ่มักจะผลิตครั้งละมาก และลูกค้าส่วนใหญ่ก็จะสั่งซื้อเป็นจำนวนมากเช่นกันซึ่งทำให้ราคาของสินค้านั้นถูกลง หรือถูกกว่าการซื้อครั้งละไม่มาก ซึ่งราคานั้นสามารถต่อรองกับผู้ผลิตได้สอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (2542) การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มค่า รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

ด้านการบรรจุหีบห่อและการบรรจุภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ในจังหวัดลำปางผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างกันไปเพราะว่าบรรจุภัณฑ์เน้นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจการส่งออกข้าวแต๋นประสบผลสำเร็จดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการเอากลยุทธ์บรรจุภัณฑ์มาใช้ ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง สอดคล้องกับบอไนท์ เพ็ชรสุวรรณ (2549) ที่ได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากกระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมมากที่สุด เพราะกระดาษมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นได้อย่างเหมาะสมมีคุณภาพดีมีโครงสร้างที่แข็งแรง

ด้านความร่วมมือของชาวบ้านในการประกอบธุรกิจข้าวแต๋นส่งออกของผู้ประกอบการจังหวัดลำปางทุกโรงงานที่มีการส่งออกข้าวแต๋นไปขายยังต่างประเทศ แรงงานที่ผลิตเป็นแรงงานท้องถิ่นในจังหวัดลำปางเป็นส่วนใหญ่ มีบางโรงงานที่พนักงานมาจากจังหวัดใกล้เคียงเช่นจังหวัดลำพูน แพร่ เชียงใหม่ ซึ่งธุรกิจการส่งออกข้าวแต๋นเป็นธุรกิจที่ช่วยเหลือแรงงานท้องถิ่นในจังหวัดลำปางและ จังหวัดใกล้เคียงให้มีงานทำสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของบูรินทรรัตน์ ครอบไพรเวส (2557) ได้ศึกษาแนวทางการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจข้าวแต๋นโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ จังหวัดลำปาง พบว่าแรงงานที่ผลิตข้าวแต๋นโดยใช้มือส่วนใหญ่เป็นแรงงานจากพื้นที่ในจังหวัดลำปางและจังหวัดใกล้เคียง

ส่วนปัจจัยที่ทำให้ปริมาณการส่งออกข้าวแต๋นแตกต่างกันที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกข้าวแต๋นของผู้ประกอบการ คือ ค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษญา เพิ่มไทย และสรวิชัย บุญวุฒิ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการควบคุมต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจข้าวแต๋นในเขต

อำเภอเมืองและอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่าราคาของวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามสภาพเศรษฐกิจ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสอดคล้องกับจิรภา พงษ์จินดา (2556) ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นชนิดแห้งจากเศษข้าวแต๋นที่แตกหัก พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นชนิดแห้งผสมเมล็ดธัญพืชและผลไม้อบแห้งจากเศษข้าวแต๋นพร้อมกับพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต่อขึ้นสำหรับจำหน่ายในรูปแบบอาหารว่างสำหรับงานประชุมสัมมนา อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าเศษข้าวแต๋นและยังเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งในรูปแบบขายปลีก และขายส่งผลิตภัณฑ์ที่จะส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าการใช้ประโยชน์จากข้าวไทย ปัญหาผลิตภัณฑ์ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน สอดคล้องกับงานวิจัยพีรดา กุญชร และคณะ (2555) ได้ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวแต๋นน้ำแดงโมหน้าธัญพืชของกลุ่มข้าวแต๋นน้ำแดงโมเจ้าสำราญ ตำบลพระบาท อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปางว่าผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาสั้น เนื่องจากใช้รูปแบบและบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิม

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการควรขยายการผลิตการส่งออกข้าวแต๋นไปตลาดอื่นๆเพื่อเป็นตลาดรองรับสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งอยู่ไม่ไกลและปัจจุบันประเทศในภูมิภาคนี้มีการซื้อที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นการสนับสนุนการสร้างตราสินค้าการส่งออกข้าวแต๋นของไทย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตลาดที่เป็นตลาดเฉพาะทางของผู้บริโภคสินค้าข้าวแต๋น
2. ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นในรูปแบบอาหารเพื่อสุขภาพและตอบรับกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน