

## บทที่ 6

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง หมู่ 1 ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่รวมกลุ่มกันเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มแม่บ้านในชุมชน มีสมาชิก 30 คน โดยเริ่มจากการตัดเย็บชิ้นงานที่ง่าย เช่น รองเท้า และกระเป๋าผ้า และเน้นการขายส่งให้แก่พ่อค้าในตลาดทั่วไป ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาไม่ได้ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับกลุ่มมากนัก ซึ่งจากการกลุ่มนักวิจัยได้เข้าไปทำการวิจัยและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ สามารถสรุปได้ในประเด็นดังต่อไปนี้

1.1 ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา กลุ่มได้มีการดำเนินงานโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่กลุ่มแม่บ้านที่ว่างจากการทำเกษตร ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มเป็นการตัดเย็บ รองเท้า เบาะรองนอน ชุดนอน และกระเป๋าผ้า ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของพ่อค้าคนกลาง จากการดำเนินงานที่ผ่านมากลุ่มสามารถรับคำสั่งซื้อได้อย่างต่อเนื่องทำให้สมาชิกกลุ่มกว่าร้อยละ 90 มีความเห็นตรงกันว่าการทำงานร่วมกันดีกว่าการแยกกันทำ และการจัดสรรผลประโยชน์เป็นที่น่าสนใจของสมาชิกในกลุ่มโดยสมาชิกกลุ่มจะได้รับผลตอบแทนทั้งค่าจ้างในการทำงานและเงินปันผลประจำปีอีกด้วย

1.2 โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่อย่างเหมาะสม และสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีการประชุมสมาชิกเพื่อแสดงความคิดเห็นและสามารถตรวจสอบการปฏิบัติงานของคณะกรรมการได้ กลุ่มมีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่มและมีเกณฑ์การจ่ายผลตอบแทนที่สมาชิกทุกคนยอมรับแต่ยังคงพบปัญหาในด้านเวลาในการร่วมกิจกรรมของกลุ่มโดยส่วนใหญ่สมาชิกจะมาทำงานเฉพาะในเวลาว่างเท่านั้น และไม่มีสถานที่ในการดำเนินงานที่เหมาะสม รวมถึงปัญหาด้านสมาชิกบางรายยังไม่มีวินัยในการทำงานซึ่งตกเป็นภาระแก่สมาชิกคนอื่นได้

1.3 การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของกลุ่มจะเน้นเป็นการตลาดเชิงรับ ซึ่งจากการศึกษาปัญหาในการดำเนินการด้านการตลาดของกลุ่มพบว่า กลุ่มต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด ในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดสินค้าและความสะดวกในการ

ขนส่ง การให้ความสำคัญของการสร้างตราสินค้าซึ่งจะทำให้ลูกค้าจดจำสินค้าของกลุ่มได้ง่ายและยังเป็นการรับประกันคุณภาพของสินค้าจะการมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และสมาชิกกลุ่มยังให้ความสำคัญกับการสร้างความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายซึ่งต่างจากการผลิตเพื่อมุ่งจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลาง

1.4 การจัดจำหน่ายของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้กำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายไว้ 2 ช่องทางคือ ช่องทางตรงเป็นการจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า เช่น ถนนคนเดินและงานของดีอยุธยา ซึ่งเป็นการจำหน่ายสินค้าผ่านศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยการจำหน่ายในช่องทางนี้จะเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีความละเอียดมีมูลค่าซึ่งได้ผลตอบแทนต่อหน่วยสูง ส่วนการจำหน่ายในช่องทางอ้อมนั้นเป็นการขายส่งให้แก่พ่อค้าปลีกซึ่งส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าที่จำหน่ายสินค้าประจำในตลาดวโรรสส่วนใหญ่เป็นสินค้าจำพวกรองเท้าวางในบ้านและเครื่องนอนต่าง ๆ โดยกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงจะเน้นการผลิตและจำหน่ายยังพ่อค้าคนกลางจึงทำให้ผลตอบแทนไม่สูงมากนัก

1.5 ด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นปริมาณมากกว่าความปราณีตเพื่อผลิตส่งพ่อค้าส่ง เนื่องจากกลุ่มยังหาตลาดเองได้ไม่กว้างขวาง ซึ่งจากการศึกษาบริบทของกลุ่มพบว่ากลุ่มมีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณค่า จากภูมิปัญญาของสมาชิกในกลุ่มสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ความหลากหลายทั้งชนิดและรูปแบบ หากกลุ่มเน้นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์จะสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในระดับที่สูงขึ้นได้ ซึ่งกลุ่มเหล่านี้สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าราคาสูงได้และยังสามารถพัฒนาจนเป็นของฝากและของที่ระลึก ประกอบกับการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นจะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

1.6 ด้านบุคลากรทางการตลาดของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงยังจัดว่าไม่ได้มีการกำหนดผู้รับผิดชอบด้านการตลาดอย่างชัดเจน จึงเป็นปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาด คือ การขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการตลาดไม่มีการวางแผนการตลาดอย่างเป็นรูปธรรม ไม่มีการใช้เครือข่ายทางการตลาดให้เป็นประโยชน์รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่สามารถให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดได้

1.7 กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนและบุคคลทั่วไป เนื่องจากกลุ่มสามารถสร้างงานสร้างรายได้ ลดปัญหาการว่างงานให้แก่ชุมชนทางเทศบาลจึงกำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างและจัดให้ผู้สนใจมาศึกษาดูงานการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ในการผลิตและบริหารงานให้แก่ผู้สนใจศึกษาดูงานได้

1.8 ด้านลูกค้าพบว่าเหตุผลในการซื้อ คือ เพื่อต้องการส่งเสริมธุรกิจของชุมชนและธุรกิจชุมชนควรให้ความร่วมมือทางสังคม การให้ความสำคัญด้านคุณภาพที่เชื่อถือได้และราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผู้ประกอบการทั่วไปและการระบุราคาที่ชัดเจนลูกค้าให้ความสำคัญใน

ระดับที่มากที่สุด และลูกค้ายังพบปัญหาด้านความสะดวกในการหาซื้อสินค้าของกลุ่มซึ่งกลุ่มควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

2. การสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนารูปแบบการจัดการการตลาดของกลุ่มตัดเย็บ บ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

2.1 จากการร่วมระดมความคิดระหว่างนักวิจัยกับสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงเพื่อหนุนให้กลุ่มเกิดการพัฒนารูปแบบการจัดการการตลาด การดำเนินกิจกรรมฝึกอบรมทำให้กลุ่มเห็นความสำคัญของการทำตลาดและมีความรู้ด้านการตลาดมากขึ้น โดยเริ่มจากความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัญหาคือการขาดความทันสมัยของผลิตภัณฑ์จึงเกิดแนวคิดในการประสานระหว่างการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพิ่มให้ผลิตภัณฑ์เกิดความหลากหลายตามความนิยมของลูกค้าจากการใช้จักรเย็บผ้าในระบบคอมพิวเตอร์โดยอาศัยภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม

2.2 กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงยังไม่มีตราสินค้าทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของตลาดและไม่สามารถบ่งบอกถึงแหล่งผลิตได้ จากการสำรวจความเห็นของลูกค้าพบว่า หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อ คือ ความน่าเชื่อถือและแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์และกลุ่มต้องชัดเจน ผลการสำรวจทำให้กลุ่มได้ให้ความสำคัญในการออกแบบตราสินค้า ผู้วิจัยจึงได้ทำการอบรมความรู้ด้านการสร้างตราสินค้าจากการอบรมกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการออกแบบซึ่งสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าส่วนประกอบของตราสินค้าควรประกอบด้วย ตัวหนังสือแสดงชื่อกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง รูปดอกไม้สีแดงที่สื่อถึงกลุ่มให้จดจำได้ง่าย รูปมือประสานกันแสดงถึงความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่มและที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ ในการสร้างตราสินค้าจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มเนื่องจากการสำรวจผู้บริโภคพบว่าตราสินค้าสามารถบ่งบอกถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้

2.3 จากกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการบริหารการตลาดโดยกลุ่มมีส่วนร่วมทำให้ได้แนวทางในการวางแผนการตลาดตามแนวคิดในการบริหารจัดการที่ยั่งยืน ซึ่งกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถสรุปแนวทางการตลาดที่ยั่งยืน โดยเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขยายผลจากการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น ให้คนในชุมชนมีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มและยังต้องสร้างแนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพโดยแนวคิดการลดมลภาวะ เช่น การใช้ถุงผ้าเพื่อลดภาวะโลกร้อน เป็นต้น และยังสามารถวางแผนสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว จากสภาพแวดล้อมในชุมชนสามารถส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้

จากการวางแผนการตลาดตามแนวคิดการบริหารจัดการที่ยั่งยืนแต่อย่างไรก็ตามกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงยังคงให้ความสำคัญกับการตลาดที่ไม่ยั่งยืนซึ่งสามารถทำได้นั้นคือการตลาดตามสมัยนิยม ทางกลุ่มยังให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า และยังสามารถขยายกลุ่มลูกค้าที่มีแนวโน้มด้วยอีกทางหนึ่ง

3. การส่งเสริมและการพัฒนารูปแบบตลาดสินค้า ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่า บ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3.1 จากการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของกลุ่ม โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนำผลิตภัณฑ์ออกทดสอบตลาดในช่องทางใหม่สำหรับลูกค้ากลุ่มใหม่ ซึ่งเป็นการทดสอบตลาดในห้างสรรพสินค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มนี้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มฯ พบว่า ช่องทางตลาดใหม่นั้นกลุ่มผู้สนใจส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง เป็นผู้ที่นิยมซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า ให้ความสำคัญในความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายโดยต้องมีแหล่งที่มาชัดเจนมีตราสินค้า มีบรรจุกฎหมายที่มาตรฐาน การลดราคามีผลต่อการซื้อไม่มากนักเนื่องจากนิยมซื้อสินค้าที่มีคุณภาพหากเป็นสินค้าที่สนใจก็จะตัดสินใจซื้อโดยจะนิยมซื้อสินค้าในมูลค่า 500 บาทขึ้นไป สินค้าที่ลดกรรมส่วนใหญ่ที่ซื้อจะเป็นของใช้ส่วนตัวโดยให้ความสำคัญกับความคงทนของสินค้าที่สามารถใช้ได้ในระยะยาวมีความสวยงามผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งการศึกษการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในด้าน ความสวยงามปราณีต การรับประกันมาตรฐานการผลิต วัสดุที่ใช้ในการผลิตและเทคโนโลยีในการผลิต จากการศึกษาทำให้กลุ่มต้องมีการวางแผนเพื่อตอบสนองความแตกต่างในส่วนนี้

จากการศึกษาด้านจุดประสงค์การซื้อพบว่า สถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยลูกค้าเพศชายนอกจากจะซื้อสินค้าไปใช้เองแล้วยังนิยมซื้อไปเป็นของฝากจากการท่องเที่ยว แต่ลูกค้าเพศหญิงจะนิยมซื้อไปใช้เองเหมือนกันแต่ที่ต่างคือจะซื้อไปเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษมากกว่าการซื้อเป็นของฝากจากการท่องเที่ยว

3.2 จากการศึกษาสภาพทางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ผู้วิจัยได้สร้างความร่วมมือกับกลุ่มฯ ในการพัฒนาการบริหารการตลาดโดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและศักยภาพโดยรวมของกลุ่ม แล้วทำการวางแผนการตลาดเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่ม โดยภาพรวมของแผนการตลาดจะเน้นในส่วนของการเพิ่มช่องทางการตลาดจึงต้องทำการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่เหมาะสม โดยการวางแผนด้านผลิตภัณฑ์มีการปรับความหลากหลายทั้งในตัวผลิตภัณฑ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภท การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดในแผนตลาด และการเพิ่มช่องทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ที่มีระดับที่สูงขึ้น ส่วนการส่งเสริมการตลาดจากการศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลางจึงวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการทำตลาดเพื่อสังคมเป็นหลักเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่ม ฯ

3.3 แผนการสร้างตราสินค้าเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนการตลาดของกลุ่มฯ จากการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาแล้วออกทดสอบตลาดในช่องทางใหม่ พบว่า ส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเชื่อถือคือการติดตราสินค้าติดไปกับบรรจุกฎหมายแต่ ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของกลุ่มดีขึ้นและเป็นที่รู้จัก

โดยในตราสินค้าสื่อถึงกลุ่มและยังมีที่อยู่ของลูกค้าสามารถติดต่อได้ จากการสร้างตราสินค้ายังทำให้กลุ่มได้โอกาสในการเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวจากการจดจำตราสินค้าได้ซึ่งต้องทำการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

3.4 ด้านการจัดจำหน่ายจะพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญมาก เนื่องจากการสร้างความสะดวกในการหาซื้อสินค้าซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าคนสุดท้าย สมาชิกกลุ่มได้มีความเห็นในการเพิ่มสถานที่จำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ เพิ่มขึ้น เพื่อให้ลูกค้าหาซื้อสินค้าของกลุ่มฯ ได้ง่ายขึ้น

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาทำให้ได้รับองค์ความรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัยและกลุ่มสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ โดยได้ข้อสรุปในการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้เพื่อให้กลุ่มดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม ดังนี้

1. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมีความเข้มแข็งในด้านการบริหารจัดการการกลุ่ม มีการจัดโครงสร้างที่ชัดเจน มีการระดมทุนจากกลุ่มสมาชิกทำให้สมาชิกทุกคนมีความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของธุรกิจ สร้างความสามัคคีในกลุ่มเกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แต่ยังมีประเด็นปัญหาด้านการจูงใจสมาชิกกลุ่มให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เนื่องจากค่าตอบแทนในการทำงานยังน้อยเกินกว่าที่จะจูงใจให้สมาชิกทุ่มเทและพัฒนาฝีมือในการผลิต ซึ่งจากการศึกษาจึงได้แนวทางในการพัฒนาไปเจาะตลาดที่มีกำลังซื้อที่สูงขึ้นเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์จากฝีมือแรงงานคน ซึ่งหากสามารถเข้าตลาดที่มีกำลังซื้อสูงได้จะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้นและจำหน่ายได้มากขึ้น อันจะส่งผลต่อผลตอบแทนในการปฏิบัติงานของสมาชิกสูงขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารี โสภะ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาระบบการบริหารจัดการกระบวนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มพัฒนาสตรีบ้านป่าหม้อด หมู่ 9 ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย” ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยความสำเร็จของโครงการคือ สมาชิกกลุ่ม ผู้นำภูมิปัญญา นักเรียน ครู โรงเรียน ที่เอื้อต่อการพัฒนาทั้งระบบ หากกลุ่มหรือองค์กรใดจะนำไปเป็นแบบอย่างควรคำนึงถึงเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ 1) ความเป็นไปได้และความพร้อมของกลุ่มทุน การบริหารจัดการ ซึ่งต้องทำการศึกษาและวางแผนให้รอบคอบ 2) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ความเข้มแข็งขององค์กรอย่างเดียวยังอาจทำให้ล่าช้าไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น 3) มีการตลาดที่เข้มแข็งรองรับผลิตภัณฑ์ได้อย่างสม่ำเสมอ และการศึกษาของนุริยะห์ ตาละ ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แนวทางพัฒนาทักษะฝีมือการปักผ้าคลุมหมสตรียของกลุ่มพัฒนาผ้าคลุมปูดยุค ตำบลปยุต อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี” พบว่าการที่สมาชิกเพิ่มขึ้นยังสามารถทำให้เกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ จากการใช้จินตนาการที่หลากหลายได้อีกด้วย

## โครงสร้างการบริหารงาน กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง



ที่ปรึกษา  
นางพลับพลึง สุทธาชัย  
นายสมจิตร ชัดทะจักร

คุณเสรีพรณ แก้วดา  
ประธานกลุ่ม



คุณแกลสร มนต์ไคดี  
รองประธาน



คุณเก็ทกรร กุทธิชัย  
ฝ่ายการตลาด



คุณเจมลรัตน์ ใจอุดม  
เลขานุการ



คุณเสรีพิญ สุกันธา  
เหรัญญิก

ภาพที่ 6.1 แสดงโครงสร้างองค์กรของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

2. ด้านการจัดการการตลาดของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง มีประเด็นแนวทางในการดำเนินงานที่น่าสนใจ คือ

1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ที่ผ่านมาเป็น การให้ความสำคัญในการรับคำสั่งผลิตจากพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างกำไรต่อหน่วยไม่สูง มากนักและจากการกำหนดเป้าหมายที่คนกลางจึงไม่ได้เน้นด้านการพัฒนาแต่เป็นเพียงการผลิต สินค้าที่คนกลางทางการตลาดสั่ง จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจการผลิตภัณฑ์ ตัดเย็บของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทันสมัยและกลุ่มตามสมัย ซึ่งตามทฤษฎีการ ขอมรับผลิตภัณฑ์กลุ่มผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มนี้ มีจำนวนมากถึง ร้อยละ 64 ของกลุ่มผู้บริโภคทั้งหมด จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ประกอบกับสมาชิกกลุ่มตัดเย็บ บ้านดอกแดงมีความต้องการที่จะพัฒนาฝีมือให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าซึ่งเป็นความต้องการที่จะเจาะ ตลาดกลุ่มระดับบน ดังนั้นกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงต้องทำการปรับผลิตภัณฑ์ (Product Adaptation) และทำการปรับการสื่อสารการตลาด (Communication Adaptation) ให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายใหม่ หลังจากทีกลุ่มได้รับการพัฒนาฝีมือในโครงการวิจัยครั้งนี้ทำให้กลุ่มตัดเย็บบ้าน ดอกแดงทดลองผลิตสินค้าจำหน่ายให้แก่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่เป็นลูกค้าคนสุดท้าย (end user) ซึ่งกลุ่มควรทำการแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) เพื่อพัฒนาโปรแกรมทางการตลาด ให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละระดับ เช่น การแบ่งเกรดของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดในแต่ละระดับและกำหนดสถานที่จำหน่ายให้เหมาะสม เป็นต้น

2) จากการฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้กลุ่มสมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผน ออกแบบผลิตภัณฑ์จะเห็นว่ากลุ่มสมาชิกมีความต้องการในการเจาะกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อสูง โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัดเย็บไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยการนำวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงซึ่งตรงกับผลการศึกษาที่ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มได้ให้ความสำคัญกับความคงทนใช้ได้ในระยะยาวเป็นอันดับหนึ่ง การใช้สีและลวดลายที่ทันสมัยเพื่อสร้างความสวยงาม เนื่องจากผลสำรวจกลุ่มเป้าหมายในห้างสรรพสินค้าพบว่าส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บประเภทของใช้ส่วนตัวซึ่งเป็นสินค้าที่มีการซื้อบ่อยและตามกระแสนิยม จึงเน้นให้ความสำคัญในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการผลิตทางกลุ่มสมาชิกมีความต้องการในการใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตที่ไม่สามารถทำด้วยเครื่องมือทั่วไป ได้แต่ยังคงซึ่งงานฝีมือไว้เพื่อรักษาระดับของคุณค่าผลิตภัณฑ์เอาไว้ เช่น การปักผ้า การถักไหมพรม เป็นต้น



ภาพที่ 6.2 แสดงผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงพัฒนาขึ้น

3) กลุ่มสมาชิกมีความต้องการในการสร้างตราสินค้าเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง และจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่พบว่า ตราสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น กลุ่มได้ใช้ตราสินค้าเพื่อการสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมายโดยวิธีการติดไปกับตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ทุกครั้งในการจำหน่าย และการติดป้ายฉลาก เป็นต้นซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อของผู้บริโภคพบว่าการมีแหล่งที่มาที่ชัดเจนจะเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อผู้บริโภคได้



ภาพที่ 6.3 แสดงป้ายฉลากที่ติดในผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

4) การกำหนดราคา จากการศึกษานักผู้บริโภคทั้งกลุ่มเดิมและกลุ่มใหม่ที่ทำทดสอบตลาดในห้างสรรพสินค้าพบว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน จึงน่าจะนำมาเป็นประโยชน์ในการแบ่งแยกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า การที่ผู้บริโภคมีรายได้ในครัวเรือนเปลี่ยนแปลงจะทำให้สัดส่วนการซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ และจากการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามรายได้ของผู้บริโภค ยังมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน ดังนั้นการสร้างช่องทางจำหน่ายที่หลากหลายจะทำให้ลูกค้าของกลุ่มมีหลากหลายระดับด้วย ซึ่งกลุ่มจะต้องกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่องทางให้แตกต่างกันด้วยเพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน

5) กลุ่มควรมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายให้ผู้บริโภครู้จักกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมากขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากการตัดเย็บเป็นสิ่งที่ลอกเลียนแบบกันได้ง่าย ดังนั้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มได้แล้วจึงควรทำการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ในนามของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง และการออกแสดงสินค้าหากกลุ่มนำสื่อไปออกแสดงสินค้าจะทำให้เป็นที่น่าเชื่อถือมากขึ้น และจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคจะพบว่าผู้บริโภคจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงจากสื่อท้องถิ่นและสื่อใกล้ตัว เช่น คนในครอบครัวเพื่อนและสื่อวิทยุวิทยุมาก ซึ่งในความเป็นจริงแล้วสื่อเหล่านี้จัดว่าเป็นสื่อที่มีต้นทุนการสื่อสารต่ำ

6) การระดมความคิดเพื่อจัดทำแผนการตลาดของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง สมาชิกกลุ่มได้มีความต้องการในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระดับบนเพิ่มขึ้นเนื่องจากสามารถสร้างยอดขายได้เป็นอย่างดี จึงควรกำหนดช่องทางการตลาดที่เหมาะสมจากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายในระดับบนส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า และงานแสดงสินค้าตามลำดับ การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายจะทำให้กลุ่มสามารถ

ผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสามารถตั้งราคาที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวัต ธรรมาภิรมย์ และคณะ กล่าวว่า การผลิตและการตลาดควรเน้นการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น ทำการผลิตสินค้าให้แตกต่างจากผู้อื่น เพิ่มวิธีในการจัดหาศูนย์แสดงสินค้าถาวรและควรให้มีการฝึกอบรมผู้นำกลุ่ม

7) จากการวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง พบว่าการทำตลาดเชิงรุกเหมาะสมกับการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม แต่หากกลุ่มมีการดำเนินการตลาดที่ผิดพลาดจะก่อให้เกิดผลเสียเนื่องจากในตลาดผลิตภัณฑ์ตัดเย็บนั้นมีคู่แข่งที่หลากหลาย ดังนั้นการจัดทำแผนการตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ซึ่งจะทำให้กลุ่มสามารถมองเห็นตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้นสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมส่งผลถึงการกำหนดโปรแกรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นและตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเหล่านั้นอันจะสามารถนำคู่แข่งขึ้นและตอบโต้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควรมีการปรับแผนการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

3. จากการทำตลาดเชิงรุกจะทำให้ลูกค้ามีความต้องการในผลิตภัณฑ์สูงขึ้น ดังนั้นหากกลุ่มไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้ หรือไม่สามรถกระจายผลิตภัณฑ์ได้ครอบคลุมความต้องการจะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ดังนั้นกลุ่มควรมีการสร้างเครือข่ายการผลิตเพื่อให้ปริมาณในการผลิตเพียงพอ โดยการประสานกับหมู่บ้านใกล้เคียงเพื่อกระจายงานที่ไม่ได้ใช้เทคนิคที่มากนักส่วนชิ้นงานที่ต้องใช้ประสบการณ์กลุ่มควรเป็นผู้ผลิตเองซึ่งจะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในการแข่งขันด้วย รวมทั้งการสร้างเครือข่ายทางการค้าเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกระจายได้อย่างทั่วถึง เช่น การฝากขายหรือแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ ที่ใกล้เคียง รวมทั้งการนำผลิตภัณฑ์จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเนื่องจากการทดสอบตลาดพบว่าเป็นที่ต้องการของตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

4. จากการดำเนินกิจกรรมกลุ่มรวมถึงแนวคิดในการบริหารต่าง ๆ พบว่าเป็นแนวคิดในการตลาดแฟชั่นหรือการตลาดตามสมัยนิยม ทางกลุ่มยังให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดความสนใจของลูกค้า และยังสามารถขยายกลุ่มลูกค้าที่มีแนวโน้มด้วยอีกทางหนึ่งซึ่งจัดว่าเป็นการสร้างยอดขายให้กลุ่มได้มาก แต่การทำตลาดตามแนวโน้มความนิยมสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงความนิยมเหล่านั้นได้ ดังนั้นกลุ่มควรวางแผนในการสร้างตลาดที่ยั่งยืน เช่น การเน้นการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการขยายผลจากกิจกรรมของกลุ่มเพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม โดยใช้แนวคิดของการใช้สินค้าที่มาจากธรรมชาติเพื่อประโยชน์ต่อลูกค้าทั้งโดยตรงและโดยอ้อม โดยตรงคือ ใช้สินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ โดยอ้อม คือ การลดภาวะโลกร้อนโดยการใชถุงผ้าลดโลกร้อน และสร้างการตลาดที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมในชุมชนสามารถส่งเสริมให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้

## การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากการอบรมให้ความรู้ด้านการวางแผนการตลาดทำให้กลุ่มมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีความหลากหลายสามารถตอบสนองตลาดที่มีกำลังซื้อสูงได้ และจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญในความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ กลุ่มสมาชิกได้มีการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์เดิมโดยการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยและเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง เช่น การใช้ผ้าญี่ปุ่น การใช้ใยโพรที่มีความนุ่มสำหรับการรองเนื้อผ้าของกระเป๋ เป็นต้น และยังได้มีการเลือกใช้ผ้าที่มีลวดลายที่ผสมผสานกันแล้วทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่า ซึ่งกลุ่มได้มีการพัฒนาการในการเลือกใช้ลายผ้าที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ายิ่งขึ้น

นอกจากนี้กลุ่มยังได้นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่า เช่น การเย็บลวดลายการปักลายผ้าด้วยจักรคอมพิวเตอร์ ทำให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายได้มากขึ้น แต่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มต้องให้ความสำคัญกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยไม่ควรใช้เทคโนโลยีมากเกินไปซึ่งจะทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้อยลงไป ควรทำการประสมประสานในส่วนที่สามารถสร้างมูลค่าให้แก่ตัวสินค้า เช่น ใช้ประโยชน์จากสมาชิกกลุ่มที่มีความสามารถในการถักไหมพรมเพื่อเป็นวัสดุประกอบตกแต่งให้สินค้ามีเอกลักษณ์



ภาพที่ 6.4 แสดงผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา

2. จากการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มไปทำการทดสอบตลาดในห้างสรรพสินค้า โดยผู้วิจัยได้ทำการติดต่อ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนาเชียงใหม่ จำกัด เพื่อนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวางจำหน่ายบริเวณ นอร์ทเทิร์นวิลเลจ ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (Hand Made) ของห้างสรรพสินค้า โดยใช้หลักการตั้งราคาตามหลักจิตวิทยาถือกำหนดราคาที่สูงกว่าจากการจำหน่ายในช่องทางที่แตกต่าง เช่น กระเป๋าผ้าฝ้ายมัดขางลวดลายต่าง ๆ จากเดิมตั้งราคาสำหรับจำหน่ายทั่วไปราคา 350 บาท เป็น 890 บาท และใช้กลยุทธ์การจูงใจผู้บริโภค ด้วยการให้ส่วนลดเงินสดโดยการคิดป้ายลดคราคร้อยละ 20 ราคาขาย 712 บาท ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสนใจมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ร่วมกับกลุ่มออกแบบสอบถามลูกค้า เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่าเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้จำนวนมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเพิ่มขึ้นตาม หรือเมื่อรายได้ลดลงจำนวนมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อก็จะลดลงตามไปด้วย ซึ่งถือว่าการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าจะทำให้ได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีกำลังซื้อสูงขึ้น



ภาพที่ 6.5 แสดงการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทดสอบตลาด ที่ศูนย์การค้า เซ็นทรัล แอร์พอร์ตพลาซ่า

3. มีการออกแบบตราสินค้าสำหรับการสื่อสารทางการตลาดของกลุ่มทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ สามารถระบุแหล่งผลิตสินค้าของกลุ่มได้อย่างชัดเจน ซึ่งจากการอบรมโดยให้กลุ่มมีส่วนร่วมในการออกแบบตราสินค้า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าส่วนประกอบของตราสินค้าที่ออกแบบสามารถเป็นตัวแทนในการสื่อสารของกลุ่มตติเยบ้านดอกแดงที่จะทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มได้ เนื่องจากการสำรวจผู้บริโภคพบว่าตราสินค้าสามารถบ่งบอกถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกลุ่มซึ่งกลุ่มจะดำเนินการจดทะเบียนสัญลักษณ์กลุ่มต่อไป



ภาพที่ 6.6 แสดงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดในการออกแบบตราสินค้าของกลุ่ม

4. กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถจัดตั้งศูนย์เรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง จากการดำเนินงานในช่วงระหว่างกิจกรรมวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และทดสอบกับตลาดในช่องทางใหม่ ทำให้กลุ่มสามารถสร้างรายได้จนสามารถจัดตั้งศูนย์ผลิตและจัดจำหน่ายของกลุ่มขึ้นมา โดยได้จัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้เพื่อเป็นการให้สมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถเข้ามาเรียนรู้วิธีการผลิตสินค้าได้สะดวกขึ้น และยังสามารถเป็นศูนย์เรียนรู้ให้ กลุ่มอาชีพหรือหน่วยงานส่งเสริมอาชีพแห่งอื่นเข้ามาศึกษาดูงาน เพื่อศึกษาการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มได้อีกด้วย จากการศึกษาศึกษาของพิสมัย หล่ออริยวัฒน์ ซึ่งได้ศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการจัดการผลิตผลจากถั่วเหลืองด้วยภูมิปัญญาชาวจีนยูนาน บ้านสันติชล ตำบลเวียงใต้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษานี้ไม่ประสบความสำเร็จ แต่สามารถรวบรวมปัญหาของชุมชน พบว่า ชุมชนต้องทำการรวบรวมองค์ความรู้ไว้ เพื่อจัดเป็นแหล่งค้นคว้าสำหรับผู้สนใจเชื่อมโยงเข้าสู่ศูนย์เรียนรู้ทางวัฒนธรรมของจีนยูนานที่จะเกิดขึ้นประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยคือ การได้ค้นพบตนเอง รู้ปัญหาของตนเอง และในการจัดทำศูนย์เรียนรู้นี้ วิธีการที่จะนำมาใช้ในการสืบค้นข้อมูล หรือรวบรวมข้อมูลก็จำเป็นที่จะต้องนำกระบวนการดำเนินงานวิจัยเข้ามาใช้ เป็นแบบแผน อันจะทำให้ชุมชนสันติชลประสบความสำเร็จในระดับต่อไป



ภาพที่ 6.7 แสดงการเปิดศูนย์เรียนรู้ กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

5. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำผลการวิจัยมาใช้ประกอบการพิจารณาในการวางแผนสนับสนุนให้เกิดชุมชนหัตถกรรม ซึ่งสามารถทำให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ได้จากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่มีหลากหลายด้านให้สามารถประสมประสานกลมกลืนกันเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต ซึ่งก่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชนจนเกิดความภาคภูมิใจ และจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นนั้น มีส่วนร่วมในพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวมทั้ง

การสร้างให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดี และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้เป็นไปอย่างยั่งยืนอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของภักทิรา นันทพงษ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคม การผลิต การตลาดและกระบวนการเรียนรู้ของเกษตรกรในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ต.แม่แฝกใหม่ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่” ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ ควรมีการจัดสรรที่ดินให้เข้ากับสภาพการผลิตของแต่ละสถานที่ และแต่ละบุคคล หน่วยงานรัฐบาลควรช่วยส่งเสริมด้านความรู้ ความเข้าใจ และการสร้างเจตคติที่ดีต่อการทำเกษตรทฤษฎีใหม่ก่อนลงมือสนับสนุนการปฏิบัติจริง และในการพัฒนารูปแบบการผลิต ควรมีการวางแผนร่วมกันเพื่อช่วยลดต้นทุนด้านการผลิต และรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างโอกาสในการต่อรองราคา และการวางแผนการผลิตที่ดีซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการทำตลาดสินค้าเกษตร

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะของนักวิจัย

1.1 ด้านการบริหารจัดการกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงควรมีการวางแผนการดำเนินงานเพื่อการปฏิบัติตามแผนอย่างเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนตรวจสอบได้เพื่อป้องกันความขัดแย้งหรือข้อสงสัยในการบริหารงานในกลุ่มสมาชิก สำหรับการพัฒนาองค์ความรู้จะสังเกตเห็นว่ากลุ่มสมาชิกส่วนหนึ่งมีความสนใจและตั้งใจฝึกฝนฝีมือการตัดเย็บโดยต่อยอดความเชี่ยวชาญเดิมที่มีอยู่จนสามารถสร้างรายได้เสริมกับครอบครัว แต่ก็ยังมีอีกส่วนหนึ่งที่เข้าสมาชิกกลุ่มแต่ไม่ได้ร่วมปฏิบัติเพียงแต่ถือหุ้นของกลุ่มเพียงอย่างเดียว ทางกลุ่มจึงควรปลูกจิตสำนึก และการกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วม ตลอดจนความรู้สึกรักในการเป็นเจ้าของกลุ่ม และจัดกิจกรรมส่งเสริมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

1.2 ด้านการตลาดกลุ่มควรจัดทำแผนการตลาดให้เป็นลายลักษณ์อักษร เป็นแนวทางในการนำไปใช้เป็นทิศทางการดำเนินงานของกลุ่ม โดยสร้างฐานการตลาดในพื้นที่เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการมุ่งเน้นภายนอกเพียงอย่างเดียว และควรหาลูกค้าที่หลากหลายเป็นการขยายฐานการตลาดเพื่อลดความเสี่ยงจากการผูกขาดของลูกค้า กลุ่มต้องทำการจัดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละระดับอันจะเป็นการช่วยให้การตัดสินใจของลูกค้าชัดเจนยิ่งขึ้น และรับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและคู่แข่งที่มีกลยุทธ์เชิงรุกใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา

1.3 ด้านการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และผู้บริโภคสามารถติดต่อได้อย่างถูกต้องและจะสามารถเป็นตราสินค้าที่ผู้บริโภครู้จักกันอย่างทั่วถึง โดยตราสินค้าควรสื่อถึงผลิตภัณฑ์และช่องทางในการติดต่อยังกลุ่มด้วย และยังสามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้จากการมีตราสินค้า เนื่องจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก

1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อเป็นการสร้างอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง โดยการนำสินค้าที่ผลิตได้ออกจำหน่ายในงานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น ถนนคนเดินที่มีช่วงเวลาจำหน่ายที่แน่นอนลูกค้าสามารถตั้งใจมาหาซื้อได้ รวมทั้งงานเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการแนะนำสินค้าของกลุ่มให้ลูกค้ารู้จัก และควรจัดหมวดหมู่การวางสินค้าให้สะดวกแก่การเลือกซื้อ เนื่องจากการสำรวจพบว่า กลุ่มลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญในขั้นตอนนี้ที่สุด

เมื่อกลุ่มสามารถจัดจำหน่ายในช่องทางหลักได้คงที่แล้ว กลุ่มควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปยังกลุ่มตลาดระดับบนซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่สามารถสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้นได้ เช่น การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นแหล่งที่ผู้มีกำลังซื้อที่สูงพร้อมที่จะซื้อของใช้หรือของฝากที่มีมูลค่าราคาสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือสามารถกำหนดราคาให้สูงขึ้นได้จะทำให้กลุ่มสมาชิกได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้น แต่ควรปรับผลิตภัณฑ์ให้ต่างจากกลุ่มลูกค้าเดิมอย่างที่คุณค่าแต่ละกลุ่มรับรู้ได้

1.5 กลุ่มควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ นอกจากการออกแบบและคิดค้นเองแล้ว กลุ่มยังคงต้องศึกษาจากแหล่งภายนอกเพิ่มเติม การสังเกตจากความนิยมของตลาด เนื่องจากแหล่งเรียนรู้ภายนอกเป็นการศึกษาจากหลายด้าน โดยเฉพาะแหล่งเรียนรู้ด้านวิชาการจากทั้งหน่วยงานราชการและสถาบันการศึกษาเพื่อการนำไปขยายผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มลดระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และได้รับความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะนำไปสู่การเพื่อช่องทางการตลาดใหม่ให้กลุ่ม เช่น การที่กลุ่มสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการตัดเย็บชุดคลุมเบาะรถยนต์สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มข้าราชการได้เป็นอย่างดี

1.6 ด้านการสร้างเครือข่ายการตลาดระหว่างกลุ่มอาชีพในพื้นที่ใกล้เคียง และพัฒนาเครือข่ายการตลาดให้มีบทบาททางการตลาดอย่างเป็นรูปธรรมเพิ่มขึ้น เช่น เป็นผู้รวบรวมและจัดส่งสินค้า การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและกระจายคำสั่งซื้อไปยังกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ เป็นการลดขั้นตอนด้านการตลาดและลดต้นทุนในการขาย นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มกำลังการผลิต เนื่องจากการทำการตลาดเชิงรุกนั้นจะทำให้ยอดขายผลิตภัณฑ์สูงขึ้น ดังนั้นกำลังการผลิตของกลุ่มในปัจจุบันอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการ จึงควรสร้างเครือข่ายในการผลิตโดยกลุ่มควรเน้นการเป็นผู้ประกอบและตรวจสอบความเรียบร้อยในขั้นสุดท้ายก่อนส่งต่อไปยังผู้บริโภค ซึ่งหากกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงขยายการลงทุนเองเพิ่มขึ้นอาจทำให้การบริหารงานไม่เกิดประสิทธิภาพเนื่องจากดำเนินการในลักษณะของวิสาหกิจชุมชนที่ยังต้องใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการกำกับควบคุมในการบริหารงานการลงทุนสูงก็เกิดต้นทุนทำให้ผู้บริโภคที่ขาดกำลังซื้อไม่ได้รับผลประโยชน์ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของอภิชัย พันธเสนและปัทมาวดี (โพชนกุล) ชูชุก ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การประเมินปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน” พบว่า การพัฒนากลุ่มขึ้นอยู่กับกรณี

เครือข่ายสนับสนุนด้านวัตถุดิบ ตลาดและการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อที่สำคัญยิ่งต่อความอยู่รอดและการพัฒนาธุรกิจชุมชน ด้านการจัดการสวัสดิการชุมชนจะมีมากขึ้นเพียงใดไม่ได้ขึ้นอยู่กับรายได้ของธุรกิจชุมชนแต่ขึ้นอยู่กับความผูกพันของธุรกิจที่มีต่อชุมชน นอกจากนี้การอยู่รอดของธุรกิจชุมชนและการพัฒนาธุรกิจชุมชนในภาพรวมยังต้องเกิดขึ้นภายใต้กรอบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นหลักการที่รวมแนวคิดเรื่องจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและประสิทธิภาพการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งจะเป็กฎมืคุ้มกันให้แก่ธุรกิจชุมชนเอง และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

1.7 ด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงควรใช้นโยบายการตั้งราคาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Skimming Pricing) สำหรับกลุ่มตลาดระดับบนแล้วกระตุ้นความสนใจของลูกค้าด้วยการให้ส่วนลดเงินสดเป็นการกระตุ้นความสนใจในระยะสั้น สำหรับการเจาะตลาดระดับล่างนั้นกลุ่มควรตั้งราคาตามตลาด เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความแตกต่างจากการศึกษาพบว่าคนที่ผู้บริโภคมีรายได้ในครัวเรือนเปลี่ยนแปลงจะทำให้สัดส่วนการซื้อผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดงของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

## 2. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 6.1 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการดำเนินงานของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง

| หน่วยงาน               | ประเด็นที่ควรส่งเสริมกลุ่มผลิตภัณฑ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เทศบาลตำบล             | 1. สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายด้านการตลาดและพัฒนา<br>กลุ่มให้มีความเข้มแข็ง<br>2. ให้การสนับสนุนกลุ่มด้านการจัดจำหน่าย เช่น การให้กองทุน<br>หมุนเวียนเป็นทุนในการพัฒนาต่อยอดของกลุ่ม                                                                                                                               |
| สำนักงานพาณิชย์จังหวัด | 1. ควรให้การส่งเสริมในด้านการสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักของ<br>ทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาวัตถุดิบได้<br>ง่ายเหมาะกับการสร้างวิสาหกิจ-ชุมชน เพื่อให้กลุ่มเป็นต้นแบบ<br>สำหรับกลุ่มอื่นต่อไป<br>2. ควรให้ความรู้และส่งเสริมเรื่องของการจดลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร ซึ่ง<br>เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน |
| สถาบันการศึกษา         | นำความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาในท้องถิ่นเสริมเข้าในหลักสูตรการเรียนการ<br>สอนเพื่อให้ เยาวชนเกิดการตระหนักในภูมิ-ปัญญาของท้องถิ่น<br>สามารถสร้างอาชีพได้                                                                                                                                                                           |

## สรุปเป้าหมายของโครงการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีเป้าหมายของการวิจัยโดยผ่านกระบวนการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วม ของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่สมาชิกกลุ่มตัดเย็บในหมู่บ้านให้เป็นธุรกิจชุมชนที่ยั่งยืน อันจะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สรุปผลสำเร็จของโครงการวิจัยได้ดังนี้

### 1. ด้านองค์ความรู้

1.1 การวิจัยมีการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มตลาดเดิมเพื่อนำข้อมูลจากการสำรวจมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และนำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาออกทดสอบตลาดตลาดในช่องทางใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะทำให้กลุ่มมีความเข้าใจถึงความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์จากการตัดเย็บ ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ระดับที่ได้อยู่ในระดับ ผลสำเร็จเบื้องต้น (preliminary results)

1.2 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคและการทดสอบตลาด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคที่ได้มาประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยให้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงร่วมกำหนดโครงการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในช่องทางเดิมและช่องทางใหม่ ระดับที่ได้อยู่ในระดับ ผลสำเร็จกึ่งกลาง (intermediate results)

1.3 กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้รับการอบรมด้านการวางแผนการตลาด ซึ่งสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นเอกลักษณ์และสามารถขยายตลาดได้เพิ่มมากขึ้น ระดับที่ได้อยู่ในระดับ ผลสำเร็จกึ่งกลาง (intermediate results)

1.4 ในการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและการเปิดเวทีการฝึกอบรมความรู้แก่กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง นักวิจัยได้นำผู้ช่วยนักวิจัย (นักศึกษา) ลงพื้นที่ด้วยทำให้ผู้ช่วยนักวิจัยได้เรียนรู้ร่วมกับธุรกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ในการใช้ความรู้ทางวิชาการของตน มาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ในชุมชน ระดับที่ได้อยู่ในระดับผลสำเร็จเบื้องต้น (preliminary results)

### 2. ด้านการพัฒนา

2.1 จากการดำเนินโครงการวิจัยทำให้ธุรกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ได้รับการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างถูกต้อง มีการวางแผนการตลาดและหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจของกลุ่มมีความยั่งยืน ระดับที่ได้อยู่ในระดับ ผลสำเร็จเบื้องต้น (preliminary results)

2.2 กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงและยังสามารถพัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาดในแต่ละระดับได้ ระดับที่ได้อยู่ในระดับ ผลสำเร็จกึ่งกลาง (intermediate results)

2.3 จากการวิจัยและการให้ความรู้แก่กลุ่มสมาชิกกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ทำให้กลุ่มสมาชิกมีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน จนเกิดการรวมกลุ่มเพื่อเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง และยั่งยืนในการประกอบอาชีพ ซึ่งกลุ่มสามารถระดมทุนจากผลกำไรที่ได้รับจากการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนตามรูปแบบและระบบที่ได้จัดการความรู้จนกลุ่มสามารถจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง เพื่อเป็นศูนย์รวมในการดำเนินการตัดเย็บและศูนย์แสดงสินค้ารวมถึงเป็นสถานที่จัดงานสำหรับชุมชนใกล้เคียงและกลุ่มวิสาหกิจที่สนใจเพื่อศึกษาระบบการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มต่อไป ระดับที่ได้อยู่ในระดับ ผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ (goal results) ซึ่งจัดว่าผลที่ได้รับเกินระดับที่กำหนดไว้ในตอนต้น

