การพัฒนากลยุทธ์การตลาดกลุ่มทอผ้าหมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

The Strategic Marketing Development for Weave Club Community in Moo 6 Ban Dhongcharoenchai, Nongyang Subdistrict, Sansai District, Chiangmai Province

ศุภธณิศร์ เติมสงวนวงศ์[1]

Supathanish Termsnguanwong[1]

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชน และพัฒนารูปแบบการตลาด ให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมสอดคล้องกับทรัพยากรของชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การวิจัยใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดทำเวทีชุมชน การสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม การสนทนากลุ่มย่อย การสังเกต การสัมภาษณ์เพื่อรวมรวมข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่ม และการจัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ 6 โครงการ พบว่ากลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัยยังขาดประสิทธิภาพในส่วนประสมทางการตลาด แต่ทางกลุ่มได้มีการจัดการความรู้ทางการตลาดได้โลโก้รูปสามเหลี่ยมสีน้ำตาลเหลืองขอบแดง ได้สโลแกนคือ “กลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัยความภูมิใจศิลปะผ้าทอล้านนาเชียงใหม่” ได้ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือ สีสัน ลวดลาย เป็นเอกลักษณ์ ได้บุคลิกภาพของตราสินค้าคือ เป็นของใช้ส่วนตัวที่ควบคู่กับชีวิตประจำวัน และได้เอกลักษณ์ของตราสินค้า คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือมาจากแหล่งทอผ้าที่มีความชำนาญอย่างแท้จริง ส่วนบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายมี 1 รูปแบบ คือ แบบถุงกระดาษติดสติกเกอร์

ABSTRACT

The purpose of this study were to study the efficiency of marketing management for weave club in a present and future, to develop the appropriate marketing management for community enterprise consistent with village’s resources and potential, and to find the marketing management model that fit for the community business. The research methodology was conducted by Participatory Action Research (PAR). The data collection made by focus group discussion, open the stage of discussion, depth interview the head of the group, observation, interview the stakeholders and practical seminar project amount 6 projects found that “Weave Club BanDhongcharoenchai” lack of Marketing mix but they were studied marketing knowledge management got logo of brown-yellow with red strip triangle, the slogan was “Pride of Lanna chiangmai woven art”, the positioning was “Identity of color and pattern”, and “Daily life usage” was brand personality, finally, the brand identity was “the woven from the community wisdom”. The packaging design consist of 1 form is paper bag with plastic logo.

คำสำคัญ : การจัดการความรู้ , การตลาด

Key Words : Knowledge Management , Marketing

e-mail address : **supathanish_t@hotmail.com**

[1]สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่ 50000

Marketing Program, Business Administration, PAYAP University 50000

คำนำ

ปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ได้แผ่ขยายครอบคลุมไปทั่วโลก ไม่เว้นแม้แต่ชุมชนต่าง ๆ ซึ่งแต่ก่อนเคยมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เรียบง่าย การผลิตหรือการประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ ขึ้นมาก็เพียงเพื่อใช้บริโภคภายในครัวเรือน หรือภายในชุมชนเท่านั้น แต่ด้วยกระแสดังกล่าวได้ทำให้วิถีในการดำเนินชีวิตของชุมชนเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ประกอบกับค่าครองชีพและค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคก็สูงมากขึ้นทุกขณะ ทำให้รูปแบบในการผลิตสินค้าของครัวเรือนเปลี่ยนแปลงไป จากการผลิตเพียงเพื่อการบริโภคเฉพาะภายในครัวเรือน กลายเป็นการรวมกลุ่มกันผลิตเพื่อให้ได้ปริมาณผลผลิตที่สูงมากขึ้น จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผู้ซื้อในชุมชนกลายเป็นการพยายามแสวงหาผู้ซื้อจากแหล่งอื่น ๆ มากขึ้น จนก่อให้เกิดปัญหาด้านผลผลิตที่มากเกินความต้องการตามมา อีกทั้งการเกิดขึ้นของจำนวนคู่แข่งขันในตลาดที่นับวันจะทวีจำนวนมากขึ้น ทำให้ธุรกิจหรือชุมชนใดที่มีศักยภาพในด้านการตลาด การแข่งขัน และด้านการบริหารจัดการที่ดีกว่าเท่านั้น จึงจะสามารถนำพากลุ่มหรือองค์กรให้มีความเจริญเติบโตและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนต่อไป (มิ่งขวัญ แดงสุวรรณ,2544)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 มีประเด็นหนึ่งที่มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ โดยมุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้วยการส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำในรูปแบบที่หลากหลาย และจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ตามความพร้อมของชุมชน เกิดการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน ที่เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียง นำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น มาใช้สร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการ พร้อมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน ควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ เสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูล ตลอดจนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการผลิต เพื่อสร้างความเข้มแข็งของภาคการผลิตและการบริการ บนฐานการเพิ่มคุณค่าสินค้าและบริการ จากองค์ความรู้และการบริหารจัดการที่ดี อันจะช่วยแก้ปัญหาความยากจนลงได้ (ปรียานุช พิบูลสราวุธ,2552)

กลุ่มแม่บ้านทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญ ตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้รวมกลุ่มกันเมื่อเดือนธันวาคม 2543 เพื่อต้องการหารายได้เสริมเข้าหมู่บ้าน สมาชิกแรกเริ่มมีจำนวน 80 คน ทำการผลิตไหมประดิษฐ์ และผ้าฝ้าย เช่น ผ้าทอพื้นเมืองลายยกดอก ลายน้ำไหล ผ้าตัดเสื้อลายน้ำไหล ผ้าคลุมไหล่ลายยกดอก และ ผ้าสไบ เป็นต้น สภาพการรวมตัวของกลุ่มสมาชิกจะมีการระดมเงินทุนจากการลงหุ้นของสมาชิก สมาชิกจะหมุนเวียนกันทอผ้า เมื่อเสร็จก็จะมารวมกันขาย สมาชิกจะมีรายได้จากเงินปันผล ปัจจุบันมีเงินทุน 36,000 บาท โดยทางกลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ทอผ้าเพื่อส่งจำหน่ายตามคำสั่งผลิตของลูกค้าซึ่งไม่มีความแน่นอนและมีพ่อค้าคนกลางรับสินค้าไปขาย แต่การดำเนินการผลิต การตลาด การบริหารต้องพึ่งพาความรู้จากภายนอก ซึ่งยังขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญ ส่งผลทำให้ธุรกิจของชุมชนต้องฝากความหวังไว้กับยอดการสั่งผลิตของลูกค้า ทำให้อำนาจในการแข่งขันต่ำเมื่อเทียบกับผู้ผลิตที่เป็นบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่มีการผลิตสินค้าลักษณะเดียวกันและมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และมีเทคโนโลยีในการผลิตที่สูงกว่า ถ้ากลุ่มแม่บ้านสามารถรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สามารถนำสินค้าที่เกิดจากวิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายมาแลกเปลี่ยนในเชิงการค้าจนเกิดเป็นระบบเครือข่ายการค้าระหว่างวิสาหกิจชุมชนต่างๆ แล้วก็จะส่งผลทำให้วิสาหกิจชุมชนขยายตัวได้ในที่สุด แต่ปัญหาของกลุ่มทอผ้าในปัจจุบันคือ ขาดเงินทุน

หมุนเวียน และ ต้องการการส่งเสริมทางด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งในปัจจุบันไม่มีตราสินค้า อย่างไรก็ดีแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงและวิสาหกิจชุมชนกำลังได้รับความสนใจและได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลปัจจุบัน ดังนั้นการนำความรู้จากวิทยาการสมัยใหม่ทั้งทางด้านการตลาด การผลิต และการบริหารจัดการมาประยุกต์ใช้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนโดยมีเป้าหมายให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจอย่างยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองและใช้ทรัพยากรภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง

ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนที่มีคุณธรรมนำความรู้ ส่งเสริมให้คนไทยเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและสามารถจัดการองค์ความรู้ทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้สมัยใหม่เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ยังมียุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศโดยมุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้วยการส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำในรูแบบที่หลากหลายและจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของชุมชนเกิดการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชนที่เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการพร้อมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ เสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูล ตลอดจนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนโดยให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อสร้างความเข้มแข็งของภาคการผลิตและการบริการบนฐานการเพิ่มคุณค่าสินค้าและบริการจากองค์ความรู้และนวัตกรรมและการบริหารจัดการที่ดีรวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบลอจิสติกส์ เพื่อเกิดการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจช่วยแก้ปัญหาความยากจนและมีการกระจายรายได้ที่ดีขึ้น

ปัจจุบัน ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญ ก็คือ การขาดความรู้ทางด้านการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ อาทิ ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีตราสินค้า ซึ่งในการตลาดถือว่าตราสินค้าเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบัน หรือไม่ได้ระบุวันเดือนปีที่หมดอายุ ไม่ได้บอกถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ที่ยังอาศัยวัสดุอุปกรณ์ที่หาได้จากภายในท้องถิ่น หรือการดำเนินการผลิตที่ไม่ถูกสุขลักษณะในการผลิตเป็นต้น อย่างไรก็ดี หากนำเอาแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงและวิสาหกิจชุมชนที่กำลังได้รับความสนใจและได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลปัจจุบัน ผนวกเข้ากับการนำความรู้จากวิทยาการสมัยใหม่ทั้งทางด้านการตลาด เศรษฐศาสตร์ การผลิต การบริหารจัดการด้านการเงิน การบัญชี และการคัดเลือกวัตถุดิบที่จะใช้ในการผลิต มาประยุกต์ใช้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนแล้วก็จะสามารถทำให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจอย่างยั่งยืน ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองและใช้ทรัพยากรภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงต่อไป (วิชิต นันทสุวรรณ, 2549)

ผู้วิจัยจึงได้นำภูมิปัญญาความรู้ที่มีอยู่ในตัวปราชญ์ของชุมชน บูรณาการกับความรู้สากลของทีมวิจัย ซึ่งได้แก่ ความรู้ด้านการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ การระดมทุนและทรัพยากรในท้องถิ่น ตลอดจนทำการศึกษาจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส ปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน ศึกษาต้นทุนการผลิตและหาแนวทางในการระดมทุนและทรัพยากรในชุมชนศึกษาหาขนาดการลงทุนที่เหมาะสม สอดคล้องกับตลาดของชุมชน โดยเน้นเป้าหมายการบริหารจัดการตามหลักการสหกรณ์และการพัฒนาตลาดวิสาหกิจชุมชนตลอดจน

การเรียนรู้วิธีปฏิบัติตามพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อพัฒนาเป็นฐานความรู้กลับคืนสู่ท้องถิ่น เกิดการสืบทอดและพัฒนาเครือข่ายความรู้ต่อไป

อุปกรณ์และวิธีการ

การปฏิบัติการและการดำเนินการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อการพึ่งพาตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเปิดเวทีชาวบ้านเพื่อรับฟังความคิดเห็น ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน โดยสมาชิกกลุ่มจำนวน 50 ราย

2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องที่จะใช้ในการวิจัยจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิต่อไป

3. ใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม ผู้รู้ในชุมชน ผู้ขายสินค้า ผู้ซื้อสินค้า รวมทั้งการสนทนากลุ่มเพื่อรวมรวมข้อมูลการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน ความรู้ด้านการตลาด ความต้องการสินค้า รวมทั้งปัญหาอุปสรรค์ในการจำหน่ายสินค้า ใช้การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการตลาด การร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อกำหนดแผนการตลาด การจัดการบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า รวมทั้งการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

4. หลังจากได้ข้อมูลแล้วจึงนำมาจัดทำเป็นกิจกรรมโดยจัดแบ่งออกเป็นโครงการย่อย ๆ ดังนี้

4.1 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย

- การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจให้ยั่งยืน
- วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางการตลาด กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด
- การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และแผ่นป้ายฉลาก
- การทำบัญชีครัวเรือน

4.2 การศึกษาดูงานด้านการตลาด

4.3 กิจกรรมการทดสอบตลาด

5. นำแผนปฏิบัติงานไปปฏิบัติตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ โดยเป็นการผสมผสาน ความร่วมมือระหว่างคณะนักวิจัย ชุมชน สมาชิกกลุ่มและร้านค้า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อให้กิจกรรมดังกล่าวบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

6. ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และสรุปผลโครงการวิจัย

7. นำเสนอการสรุปผลการวิจัยให้กับกลุ่มได้รับทราบ ถึงผลการดำเนินงานตลอดโครงการ รวมถึงเชิญชวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานอื่น ๆ ที่สนใจเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดในการวิจัย หรือปรับปรุงงานวิจัยในครั้งต่อไป

8. เผยแพร่ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในรูปของซีดี วีซีดี เอกสารรายงานการวิจัย และทางอินเทอร์เน็ตให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชนที่สนใจในการนำเอาข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง สังคม หรือหน่วยงาน

ผล

ผลการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาดดังนี้

1. ปัญหาด้านการตลาด ทางกลุ่ม ฯ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารทางการตลาด รวมถึงเงินทุนหมุนเวียนที่มีอยู่อย่างจำกัด

2. ปัญหาด้านการผลิต ทางกลุ่ม ฯ ไม่สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพราะต้องให้มีเวลาว่างหลังจากการทำอาชีพหลัก

ผลจากการทำโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ

โครงการที่ 1 การศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่าจุดแข็งของกลุ่ม ฯ ได้แก่ เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีคุณภาพดี ได้รับมาตรฐาน มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย และ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ จุดอ่อนของกลุ่ม ฯ ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย ไม่มีการจัดทำระบบบัญชี ขาดเงินทุนหมุนเวียน ขาดการบริหารงานของกลุ่มที่ดี และขาดความรู้ในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ โอกาสของกลุ่ม ฯ ได้แก่ เป็นนโยบายวาระแห่งชาติ วัตถุดิบหาง่าย และผู้บริโภคตระหนักถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และ อุปสรรคของกลุ่ม ฯ ได้แก่ ขาดการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง ขาดความรู้เรื่องเทคโนโลยีในการผลิต และความไม่สงบของการเมืองไทย

โครงการที่ 2 การสังเคราะห์แผนการตลาด

พบว่าทางกลุ่ม ฯ ได้วิเคราะห์ชุมชนว่ามีจุดแข็งในเรื่องการรวมกลุ่มทอผ้าที่ได้รับการคัดสรร OTOP ระดับ 3 ดาว , การรวมกลุ่มที่เป็นปัญหาของกลุ่ม ฯ ประกอบด้วยขาดความรู้ในการทำธุรกิจและขาดผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง รวมถึงทางกลุ่ม ฯ พบว่าธุรกิจที่เป็นโอกาสของชุมชนคือ กลุ่มทอผ้า

กลุ่มตลาดเป้าหมายของกลุ่ม มีตลาดเป้าหมายหลักคือ นักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายรองคือผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

โครงการที่ 3 การบริหารผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ป้ายฉลากเพื่อทดสอบตลาด

พบว่าทางกลุ่ม ฯ ตระหนักถึงความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่สร้างความดึงดูดใจให้แก่ผู้ซื้อได้ โดยทางกลุ่ม ฯ ได้ทราบถึงความหมายบรรจุภัณฑ์ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ส่วนประกอบบรรจุภัณฑ์ และการนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเชิงธุรกิจได้ โดยมีการจัดกิจกรรมกลุ่มย่อยให้ฝึกปฏิบัติ โครงการร่วมกันออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ป้ายฉลากเพื่อทดสอบตลาด พบว่าทางกลุ่มเลือกใช้ชื่อตราสินค้า “ตรากลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัย” มีการกำหนดโลโก้และเครื่องหมายการค้าสินค้า “โลโก้รูปลายผ้าทอสามเหลี่ยมสีเหลืองน้ำตาลขอบแดง” ทางกลุ่มมีการกำหนดสโลแกน “กลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัย ความภูมิใจศิลปะผ้าทอล้านนาเชียงใหม่” ทางกลุ่มมีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้ที่ “สีสัน ลวดลาย เป็นเอกลักษณ์” บุคลิกภาพตราสินค้าระบุให้เป็น “สิ่งที่ใช้ควบคู่กับชีวิตประจำวัน” เอกลักษณ์ของตราสินค้า “ใช้วิถีปฏิบัติของกลุ่มและพฤติกรรมของกลุ่มสะท้อนแหล่งกำเนิดผลิตภัณฑ์”

โครงการที่ 4 การจัดการด้านบัญชีเบื้องต้นของวิสาหกิจชุมชน

พบว่าการจัดการด้านบัญชีเบื้องต้นสำหรับวิสาหกิจชุมชน ทางกลุ่ม ฯ ได้รับการถ่ายทอดจากการบรรยายถึงความหมายของการทำบัญชีครัวเรือน ความสำคัญของการทำบัญชี ข้อควรระวังในการจัดทำระบบบัญชี วิธีบันทึกบัญชีครัวเรือน โดยทีมวิทยากรได้จัดแบ่งสมาชิกกลุ่มเป็นกลุ่มย่อยและฝึกปฏิบัติด้านการทำบัญชีเบื้องต้น

โครงการที่ 5 ศึกษาดูงาน ณ ลานร้านค้าชุมชนหน้าวัดพระธาตุหริภุญชัย และ ศูนย์หัตถกรรมผ้าทอยกดอก หน้าวัดศรีเมืองยู้ อ.เมือง จ.ลำพูน

พบว่าทางกลุ่ม ฯ ได้ไปเยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าที่ประสบความสำเร็จด้านการตลาด และการรวมกลุ่ม ของจังหวัดลำพูน ได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาดภาพรวม และเจาะลึกในส่วนประสมทางการตลาด เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ทางกลุ่ม ฯ เกิดการพัฒนาทางด้านการตลาด และการรวมกลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้ด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกแต่ละคน การระดมทุนและโครงสร้างกลุ่ม

โครงการที่ 6 การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ทางกลุ่ม ฯ ได้ใช้จุดจำหน่ายที่ Northern Village บริเวณชั้น 2 ศูนย์การค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า

ผลการทดสอบตลาดพบว่า โดยรวมผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ป้ายฉลากดูง่ายและช่วยในการขายได้ดี มีผลิตภัณฑ์วางโชว์จำนวนน้อยทำให้ไม่เกิดความน่าดึงดูดใจผู้ซื้อ และควรมีการส่งเสริมการตลาดในช่วงเทศกาล ประเพณีที่สำคัญประจำปีอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อหันมาสนใจซื้อมากขึ้น

สรุป

จากการที่คณะผู้วิจัยได้เข้าศึกษาการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า ได้พบกับปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาด การผลิต และการรวมกลุ่มอยู่หลายประการ เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือบ้านดงเจริญชัย รวมถึงโอกาสในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพในตลาด โดยจะนำเสนอการอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. ผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มวิสาหกิจผ้าฝ้ายทอมือ หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จะมีความเคยชินกับการทอผ้าแบบเดิม ๆ แล้วรอขายให้กับผู้ซื้อตามสถานที่จัดจำหน่าย หรือ การจัดแสดงสินค้าชุมชน ที่มีหน่วยงานภาครัฐดูแล มากกว่าจะคิดทำการตลาดของสินค้าผ้าฝ้ายทอมืออย่างจริงจัง เช่นเดียวกับการผลิตสินค้า OTOP อื่น ๆ ที่ผลิตเสร็จก็รอนำไปขายตามช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ ทำให้การแก้ปัญหาด้านการถูกกดราคาจากคนกลางทำได้ยาก ซึ่งจะต้องแก้ไขด้วยการสร้างแนวคิดและปลูกฝังให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวมถึงสมาชิกภายในกลุ่มแต่ละคนได้เห็นถึงความจำเป็นในการทำ

การตลาดเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงกับปัญหาที่เกิดขึ้น และต้องมีผู้นำกลุ่มที่เข้าใจในหลักของการทำการตลาดที่แท้จริงด้วย

2. แนวคิดในการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าของกลุ่มเป็นเพียงแค่การรวมกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ แต่มิได้นำไปลงมือปฏิบัติจริงให้เห็นผลแต่อย่างใด เพราะกลุ่มชาวบ้านยังขาดองค์ความรู้และขาดผู้นำกลุ่มที่มีวิสัยทัศน์ด้านการทำธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง กอปรกับการขายแบบตัดราคาในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือก็ยังมีให้เห็นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับสินค้า OTOP ประเภทอื่น ๆ ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังขาดความเข้าใจในกลไกทางการตลาดก็เป็นได้ จึงทำให้อำนาจการต่อรองราคาและอำนาจในการกำหนดราคามีอยู่ต่ำมาก ซึ่งแนวทางแก้ไขนั้นจะต้องมีการรวมกลุ่มกันที่เข้มแข็ง ต้องพัฒนาแนวคิดการทำธุรกิจใหม่ ซึ่งในชุดโครงการนี้ได้บูรณาการศาสตร์ด้านนี้ให้กับกลุ่มแล้ว ซึ่งหากกลุ่มนำไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจังแล้ว ก็จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดให้เข้มแข็งได้

3. ชุมชนมีจุดแข็งอยู่หลายประการที่สามารถนำมาใช้ร่วมกับโอกาสทางการตลาดที่มีอยู่ ได้แก่ จากการที่กลุ่มมีประสบการณ์ในการผลิตผ้าฝ้ายทอมือมายาวนาน มีการลองผิดลองถูกในการออกแบบทอผ้าโดยใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้าน จนได้ผ้าฝ้ายทอมือที่มีคุณภาพดีและมีคุณค่าทางจิตใจ ย่อมจะได้เปรียบด้านการประหยัดเนื่องจากการมีประสบการณ์ (Learning Curve Effect) และหากได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาลในด้านการผลิตที่ดีแล้ว ก็จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานที่ดียิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ทางกลุ่มต้องมีความเข้าใจ ความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะนำเอาแนวคิดการตลาดชุมชนมาใช้อย่างจริงจังด้วย จึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ในระยะยาว นอกจากนี้การทำธุรกิจชุมชนมิใช่มุ่งหวังแต่รายได้เพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการเรียนรู้ความร่วมมือ ความสามารถในการผลิต การจัดการทางการตลาด ความเอื้ออาทรที่มีต่อกัน ความยั่งยืน และการรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย

4. ทางคณะผู้วิจัยได้เผยแพร่ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าฝ้ายทอมือ หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในรูปของซีดี วีซีดี เอกสารรายงานการวิจัย และทางอินเทอร์เน็ต แก่สาธารณชนที่สนใจเพื่อนำเอาข้อมูลไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

การจัดสัมมนาเพื่อสรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัย คณะผู้วิจัยได้เชิญกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเข้าร่วมโดยมีผลสรุปดังนี้ ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้าใจ ตระหนักรู้ในความสำคัญของการบริหารการตลาด รวมถึงการจัดการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์และสามารถนำสิ่งที่ได้รับจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจต่อไปในอนาคต รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง อาทิ เทศบาลตำบลหนองแหย่งมีการกำหนดนโยบายและแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและนำสินค้าเข้าร่วมจัดงานแสดงภายในมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ และกำนันตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จะให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าอย่างสม่ำเสมอ และอย่างเป็นรูปธรรม

ปัญหาด้านการตลาดจะต้องใช้การวิจัยด้วยการจัดอบรมและฝึกปฏิบัติให้กับกลุ่มโดยเริ่มตั้งแต่การให้ความรู้และการสร้างความตระหนักในการทำธุรกิจในปัจจุบัน เพราะกลุ่มชาวบ้านยังขาดความรู้ความเข้าใจในระบบการตลาด จากนั้นจึงเริ่มโครงการอบรมการพัฒนาตราสินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ รวมถึงการให้ความรู้เรื่องการจัดทำระบบบัญชีครัวเรือนเพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้

ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่ได้รับในครั้งนี้ ผลสำเร็จเบื้องต้น (Preliminary Result) คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแหย่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการตลาดชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนที่ถูกต้อง ได้แก่ องค์ความรู้ด้านการผลิตและการวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงในการผลิต ด้านการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วม ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด ตลอดจนการบริหารจัดการด้านการบัญชี ซึ่งกลุ่มไม่ได้มีองค์ความรู้ที่ถูกต้องและชัดเจนมาก่อน ซึ่งผลสำเร็จในเบื้องต้นนี้ คณะผู้วิจัยก็คาดว่าจะนำไปสู่ผลสำเร็จกึ่งกลาง (Intermediate Result) คือ หลังจากที่กลุ่มได้รับองค์ความรู้สมัยใหม่ทางด้านการบริหารธุรกิจชุมชนแล้ว สมาชิกของกลุ่มจะนำเอารูปแบบในการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนที่ได้รับไปประยุกต์ใช้จริงในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มวิสาหกิจต่อไป และคาดว่าในปี 2554 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการน่าจะพัฒนาธุรกิจชุมชนให้เจริญเติบโตมากขึ้น โดยอาจจะมีตัวชี้วัดในผลสำเร็จ อาทิ ปริมาณยอดขายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มสูงกว่าในปี 2553 หรือ สมาชิกกลุ่มน่าจะเห็นถึงผลดีของการรวมกลุ่มโดยเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มเพิ่มมากขึ้น หรือ อำนาจในการต่อรองราคาจะมีมากขึ้น หรือ ปัญหาในการผลิตที่ลดน้อยลง

เอกสารอ้างอิง

ปรียานุช พิบูลสราวุธ. 2552. **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. 2544. **การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มิ่งขวัญ แดงสุวรรณ. 2544. **กระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบ้านโป่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิชิต นันทสุวรรณ.2549. **หลักคิดของเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วิทยากร เชียงกูล.2548. **เศรษฐกิจไทยปัญหาและทางแก้**. กรุงเทพฯ: สายธาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.2546. **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพ: ธรรมสาร.

สุปัญญา ไชยชาญ.2543. **การบริหารการขาย** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.

อารีย์ เชื้อเมืองพาน และ ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. 2544. **การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลุ่มสะสมทุนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน**. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้,