

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการตลาดผ้าทอไทลื้อเพื่อความยั่งยืน ของชุมชนบ้านทุ่งมอก อ. เชียงคำ จ. พะเยา*

อ. วีระพันธ์ อะนั้นชัย**

อ. นพรัตน์ สิทธิโชคธนารักษ์***

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการตลาดผ้าทอไทลื้อเพื่อความยั่งยืนของชุมชนบ้านทุ่งมอก อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนการทำผ้าทอไทลื้อของชุมชนบ้านทุ่งมอก 2) ศึกษาหาแนวทางหรือวิธีการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการตลาดของกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 'สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา จำนวน 44 คน โดยวิธีดำเนินการวิจัยเริ่มจากศึกษาบริบทของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนการทำผ้าทอไทลื้อของชุมชนบ้านทุ่งมอก จากนั้นมีการระดมความคิดของสมาชิกกลุ่มทอผ้าเพื่อหาปัญหาที่เกิดขึ้น หลังจากนั้นทำการอบรมความรู้ด้านการตลาดและการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์โดยการใช้รูปแบบการอบรมแบบ CEF (Competency based Economies through Formation of Enterprises) เมื่อจบการอบรมให้สมาชิกกลุ่มทอผ้าทำการวางแผนการตลาด แล้วปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ และทำการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอกมีการทอผ้าไทลื้อ โดยอาศัยภูมิปัญญาที่เรียนรู้สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษประมาณ 100-150 ปีมาแล้ว ในช่วงแรกของการก่อตั้งกลุ่มทอผ้าเป็นเพียงอาชีพเสริมนอกภาคการเกษตรเท่านั้น แต่ปัจจุบันทางกลุ่มได้ยึดเป็นอาชีพหลักในการเลี้ยงชีพ ปัญหาด้านการตลาดในอดีตคือ ไม่มีการทำการส่งเสริมการตลาดและแสวงหาลูกค้ารายใหม่ๆ ขาดการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ หลังจากที่ทางกลุ่มทอผ้าได้มีการอบรมความรู้ด้านการตลาดและการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มทอผ้าได้มีการพัฒนาแบบของกระเป๋าทอผ้าขึ้นใหม่ และมีการวางแผนการตลาดออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงเดือนธันวาคม 2550 ถึงเดือนพฤษภาคม 2551 และช่วงเดือนกรกฎาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551 ผลจากการดำเนินการตามแผนที่วางไว้ส่งผลให้ ยอดขายในปี 2551 เมื่อเทียบกับปี 2550 เพิ่มขึ้นทุกเดือน (พิจารณาเฉพาะเดือนมกราคม ถึงเดือนสิงหาคม) โดยเดือนมิถุนายน 2551 มีอัตราการเติบโตของยอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2550 เติบโตถึง 486.10 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องจากการวางแผนการตลาดในเดือนธันวาคม 2550 ถึงเดือนพฤษภาคม 2551 ในขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ 2551 เป็นเดือนที่มีอัตราการเติบโตต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2550 เติบโตเพียง 0.04 เปอร์เซ็นต์

* งานวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากเครือข่ายบริหารการวิจัยภาคเหนือตอนบน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

** อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

*** อาจารย์ประจำศูนย์ประสานงานการศึกษา อำเภอป่าเย็บ วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน

คำสำคัญ

วิสาหกิจชุมชน การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ผ้าทอไทลื้อ

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนในเขตชนบทนับเป็นรากฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมาโดยตลอด ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อหารายได้เสริมนอกภาคเกษตร โดยใช้ภูมิปัญญาของท้องถิ่น ทักษะความสามารถส่วนตัวเพื่อทำการผลิตสินค้าออกขายในชุมชนบ้านทุ่งมอก นโยบายของรัฐบาลในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) มีการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการพัฒนาตามปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” จนมาถึงปัจจุบันในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศก็ยังคงเป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน

ธุรกิจการทอผ้าไทลื้อของชุมชนบ้านทุ่งมอก หมู่ที่ 2 ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เป็นการทำธุรกิจชุมชนโดยการรวมกลุ่มกัน อาศัยประสบการณ์ที่สั่งสมมาตั้งแต่ในอดีตและสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าจากบรรพบุรุษ ซึ่งเริ่มจากการทอเพื่อใช้เองก่อนในครัวเรือนและชุมชน จนกระทั่งในปัจจุบันเป็นธุรกิจที่ทำรายได้หลักให้กับชุมชนบ้านทุ่งมอก ทางชุมชนมีการตั้งศูนย์แสดงสินค้า มีการขายผ่านคนกลางไปยังต่างจังหวัด แต่ในปัจจุบันทางกลุ่มประสบปัญหาทางด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจคู่แข่งมีการขายตัดราคา เช่น ผ้าทอที่นำเข้ามาจากประเทศพม่า เป็นต้น ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และทางกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในการวางแผนการตลาด ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความท้อแท้และต้องการความช่วยเหลือเพื่อให้สถานภาพของกลุ่มยังคงอยู่และพัฒนาต่อไปได้

จากสาเหตุดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่ทางกลุ่ม ต้องมีการวิจัยตลาดและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ แต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดให้แก่ชุมชนจำเป็นต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้และควรตั้งอยู่บนพื้นฐานความต้องการของชุมชนเป็นสำคัญ การศึกษาในครั้งนี้ต้องการสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็ง โดยใช้วิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ เพื่อปลูกฝังความรู้และความสามารถในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการทำการตลาดให้แก่ชุมชน หลังจากนั้นให้ชุมชนได้นำความรู้ที่ได้มาใช้อย่างจริงจัง โดยยืนอยู่บนพื้นฐานความต้องการของชุมชน ซึ่งในระหว่างที่ชุมชนเรียนรู้ คณะวิจัยเปรียบเสมือนกับพี่เลี้ยงที่คอยให้คำปรึกษาและติดตามผลการดำเนินการพัฒนา หลังจากชุมชนได้มีประสบการณ์จริงในการดำเนินการที่ถูกต้องและพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาแล้ว โดยคาดหวังว่าในที่สุดวิสาหกิจชุมชนจะสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

คำถามหลักในการวิจัย

ชุมชนบ้านทุ่งมอกที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อที่เป็นเอกลักษณ์ จะทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการทำการตลาดอย่างไรให้ยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนการทำผ้าทอไทลื้อของชุมชนบ้านทุ่งมอก
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการตลาดของกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก

วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ใช้กิจกรรมที่มีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มคนในชุมชนบ้านทุ่งมอก

วิธีการที่ใช้ในการวิจัย

1. อบรมเชิงปฏิบัติการแบบผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้
2. วิจัยเชิงคุณภาพแบบเน้นชุมชนมีส่วนร่วม

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยการสังเกตการณ์และติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่องจากการดำเนินการของชุมชน

กิจกรรมการวิจัยที่ดำเนินการร่วมกับชุมชน

กิจกรรมการวิจัยที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ช่วงระยะเวลา ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2550 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 ประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. การระดมความคิดของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
2. การอบรมความรู้ด้านการตลาดโดยใช้การอบรมในรูปแบบของ CEFE (Competency based Economies through Formation of Enterprises)
3. การวางแผนการตลาดระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม 2551
4. การเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เขตภาคเหนือ
5. การปฏิบัติการตามแผนตลาดระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม 2551
6. การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการตลาดระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม 2551
7. การวางแผนการตลาดระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551
8. การปฏิบัติการตามแผนตลาดระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551
9. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้รูปแบบการเชื่อมโยงความต้องการระหว่างผู้ซื้อ และผู้ผลิตโดยตรง
10. การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการตลาดระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551 และสรุปผลโครงการที่คณะผู้วิจัยได้จัดทำ

ผลการศึกษา

จากการศึกษาการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบการตลาดผ้าทอไทลื้อเพื่อความยั่งยืน ของชุมชน บ้านทุ่งมอก อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. บริบทและศักยภาพชุมชน

บ้านทุ่งมอก เป็นหมู่บ้านขนาดเล็ก ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เริ่มก่อตั้งขึ้นโดย นายบัว ไจกล้า โดยมีการใช้ถนนสายกลางของหมู่บ้านสร้างเอกลักษณ์ประจำหมู่บ้าน โดยบ้านหลังใดอยู่ทางทิศเหนือของถนนให้ทุกคนใช้นามสกุล “ไจกล้า” ส่วนบ้านหลังที่อยู่ทางทิศใต้ของถนนให้ใช้นามสกุล “ไจวังโลก” ซึ่งในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ในหมู่บ้านจะใช้นามสกุล “ไจกล้า” และนามสกุล “ไจวังโลก”

ชุมชนบ้านทุ่งมอก หมู่ที่ 2 ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา มีสภาพความเป็นอยู่ ผสมผสานระหว่างสังคมชนบท และสังคมเมือง โดยมีจุดเด่นที่สภาพภูมิอากาศเหมาะสมกับการทำการเกษตร ประกอบกับเส้นทางคมนาคมมีความสะดวก เส้นทางเข้าหมู่บ้านเป็นทางผ่านไปยังภูชี้ฟ้าซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีความเจริญทางด้านเทคโนโลยี สัญญาณของโทรศัพท์มือถือสามารถใช้ได้ทุกเครือข่าย ประชาชนในหมู่บ้านนับถือศาสนาพุทธ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม

2. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก

เดิมคนในหมู่บ้านทุ่งมอกมีการทอผ้าไทลื้อขายเป็นอาชีพเสริม ในช่วงนอกฤดูการเก็บเกี่ยวข้าวโดยอาศัยภูมิปัญญาที่เรียนรู้สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษประมาณ 100-150 ปีมาแล้ว จนมาถึงเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2532 นางคำตาน ไจกล้า ได้เป็นผู้เริ่มต้นก่อตั้งกลุ่มทอผ้าไทลื้อขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดรายได้และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ สร้างความสามัคคี และเพื่ออนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไทลื้อของบรรพบุรุษ มีสมาชิกเริ่มต้นจำนวน 15 คน มีก๊ทผ้าจำนวน 5 หลัง โดยใช้สถานที่ดำเนินการของกลุ่ม ณ บ้านของ นางคำตาน ไจกล้า และได้มีการลงทุนเบื้องต้นคนละ 100 บาท รวมเป็นเงินทุนก่อตั้งกลุ่มครั้งแรกจำนวน 1,500 บาท การดำเนินงานของกลุ่มมีการพัฒนาการตลอดเวลาจนถึงในปัจจุบันทางกลุ่มมีสมาชิกจำนวน 44 คน โดยสถานที่ตั้งของกลุ่มปัจจุบัน ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 13 หมู่ที่ 2 ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา 56110

3. ข้อมูลด้านองค์การและการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอกมีนางสาวศรีฟ้า ไจกล้า เป็นประธานกรรมการ และมีคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มรวมทั้งหมด 13 คน การบริหารงานกลุ่มใช้วิธีแบ่งงานให้สมาชิกทำ แล้วทางกลุ่มเป็นผู้รับซื้อสินค้าที่ทำสำเร็จแล้ว หลังจากนั้นนำสินค้าจำหน่ายให้กับผู้สั่งซื้อสินค้า ส่วนกฎในการปฏิบัติตัวของสมาชิกมีทั้งหมด 18 ข้อ สมาชิกกลุ่มมีทั้งหมด 44 คน เป็นเพศหญิง 43 คน และเพศชาย 1 คน โดยมีอายุเฉลี่ย 47 ปี ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 46-60 ปี หากพิจารณาสถานภาพของสมาชิกพบว่า ร้อยละ 95.45 ของจำนวนสมาชิกมีสถานภาพสมรสแล้ว สมาชิกส่วนใหญ่ร้อยละ 54.55 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และสมาชิกกลุ่มร้อยละ 77.27 มีการประกอบอาชีพทอผ้าเพียงอย่างเดียว ในการจัดการด้านการเงินของกลุ่มเป็นหน้าที่ของเหรัญญิก ทางกลุ่มปัจจุบันมีเงินทุนหมุนเวียนอยู่ 250,000 บาท และมีเงินออมทรัพย์อยู่ 230,000 บาท โดยทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือทั้งด้านวิชาการ ปัจจัยการผลิต และเงินทุน จากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน โดยครั้งล่าสุดได้รับการอบรมการย้อมสีจากโครงการฝ้ายแกมไหม สถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

4. ข้อมูลด้านการผลิต

ผ้าทอไทลื้อเป็นสิ่งที่ใช้สอยถึงวัฒนธรรมอันยาวนานกว่า 150 ปี ของชาวไทลื้อผ่านลวดลายต่าง ๆ ที่สวยงามบนผืนผ้า การทอผ้าส่วนใหญ่ในอดีตจะทอเพื่อนำมาเป็นผ้านุ่งของสตรี เรียกกันว่า ซิ่นลื้อ ซึ่งมีเอกลักษณ์ตายตัวไม่เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็บริเวณตัวซิ่น หัวซิ่น หรือตีนซิ่น ในการทอผ้าของชาวไทลื้อส่วนใหญ่ มักจะใช้กี่กระตุกขนาด 70 นิ้วเป็นหลัก เส้นฝ้ายที่นำมาทอส่วนใหญ่เป็นเส้นฝ้ายที่ทำการย้อมสีเอง แต่ในปัจจุบันกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งมอกมีการนำผ้าทอมาทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ประกอบด้วย ชุดไทลื้อ เสื้อไทลื้อ ผ้าซิ่นไทลื้อ ผ้าทอไทลื้อ ผ้าคลุมเตียง และกระเป๋า ลวดลายต่าง ๆ ในกระบวนการทอผ้า วัสดุที่ใช้ในการทอชาวไทลื้อเรียกว่า ต้าหูก โดยวัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตของกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก ประกอบด้วย 1) ฝ้ายดิบ ซึ่งมี 4 ประเภท ได้แก่ ด้ายยืน ด้ายพุ่ง ด้ายเกาะ และด้ายจก 2) กี่ทอผ้า ซึ่งมีอยู่ 3 ขนาด ได้แก่ ขนาด 70 นิ้ว ขนาด 100 นิ้ว และขนาด 43 นิ้ว 3) ฟืม หรือพื้นหวี 4) กระสวย 5) เครื่องกรอด้าย 6) จักรเย็บผ้า 7) เตาดเผา 8) อาคารโรงทอผ้า ในกระบวนการทอผ้าแยกออกเป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ ขั้นตอนแรกเป็นการนำฝ้ายดิบมาทำการย้อมสีก่อน สีที่ใช้มีทั้งสีธรรมชาติและสีสังเคราะห์ แล้วแต่ความต้องการของลูกค้า ขั้นตอนที่สองเป็นการนำฝ้ายดิบที่ทำการย้อมสีแล้วมาทอ ส่วนขั้นตอนสุดท้ายเป็นการนำผ้าทอที่ได้ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เช่น กระเป๋า หรือเสื้อผ้า เป็นต้น

5. ข้อมูลด้านการตลาดในอดีตของกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านทุ่งมอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากฝ้าย/ไหมประดิษฐ์ มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในปี 2547 และได้รับการคัดสรรผ้าทอระดับ 5 ดาว ระดับประเทศในปี พ.ศ. 2547 ลักษณะการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เลือกประมาณ 100 กว่าแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย ชุดไทลื้อ เสื้อไทลื้อ ผ้าซิ่นไทลื้อ ผ้าทอไทลื้อ ผ้าคลุมเตียง และกระเป๋า ลวดลายต่าง ๆ ส่วนการกำหนดราคาสินค้าใช้วิธีการกำหนดจากต้นทุนการผลิตเป็นหลัก (Mark-up on cost) ซึ่งต้นทุนการผลิตขึ้นอยู่กับความละเอียดของลวดลาย ความสวยงามของลวดลาย ความยากง่ายในการทอ และขนาดของผลิตภัณฑ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในอดีตทางกลุ่มได้มีการขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีการฝากขายสินค้า ณ ศูนย์อัญมณีจังหวัดพะเยา มีการฝากขายสินค้า ณ สยามบินจังหวัดเชียงราย มีการขายโดยระบบการขายตรงผ่านหน้าร้านบริเวณโรงทอผ้าของทางกลุ่ม และมีการออกบูชโชว์สินค้าในงานต่าง ๆ เช่น งานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม งานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานี ในส่วนของการส่งเสริมการตลาดของทางกลุ่มทอผ้าได้มีการทำการโฆษณาโดยจัดทำโบรชัวร์ การส่งเสริมการขายโดยการลดราคา และการประชาสัมพันธ์โดยการออกบูชแสดงสินค้า

6. ผลการดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชน

ผลการดำเนินการตามแผนตลาดที่ได้วางไว้ทั้งแผนในช่วงระยะเวลา 6 เดือน และช่วง 3 เดือน เมื่อใช้ยอดขายเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน พบว่า ยอดขายในปี 2551 เมื่อเทียบกับปี 2550 เพิ่มขึ้นทุกเดือน (พิจารณาเฉพาะเดือนมกราคม ถึงเดือนสิงหาคม) โดยเดือนมิถุนายน 2551 มีอัตราการเติบโตของยอดขายสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2550 เติบโตถึง 486.10 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องจากการวางแผนการตลาดในช่วงเดือนธันวาคม 2550 ถึงเดือนพฤษภาคม 2551 ในขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ 2551 เป็นเดือนที่มีอัตราการเติบโตต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2550 เติบโตเพียง 0.04 เปอร์เซ็นต์

6.1 การระดมความคิดของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอก ตำบลเชียงบาน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

ผลจากการระดมความคิดทำให้ทราบว่า ในอดีตที่ผ่านมาทางกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอกจะรอเพียงการสั่งสินค้าจากผู้ซื้อรายเก่า ๆ เท่านั้น ไม่มีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ในด้านการกำหนดราคาไม่มีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง ใช้การกำหนดราคาตามความเคยชิน ไม่มีการคิดราคาโดยใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน เน้นเพียงการขายผ่านจุดจำหน่ายสินค้าหน้าโรงทอผ้าเท่านั้น ในด้านการส่งเสริมการตลาดและการลงทุนพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีน้อยมาก เพราะทางกลุ่มคิดว่าจะเป็นการลงทุนที่ทำให้สูญเสียงบประมาณและไม่คุ้มค่า แต่ทางกลุ่มเห็นว่าสินค้าของตนเองมีจุดแข็งที่คุณภาพดีกว่าคู่แข่ง ลวดลายสวยงาม และสามารถทอลวดลายต่าง ๆ ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ปัญหาการลอกเลียนแบบลวดลายในการทอ ปัญหาของการขาดทุนจากการแสดงสินค้า และคู่แข่งมีการขายสินค้าตัดราคา เช่น ผ้าทอที่นำเข้ามาจากประเทศพม่า เป็นต้น

6.2 การอบรมความรู้ด้านการตลาดโดยใช้การอบรมในรูปแบบของ CEFE (Competency based Economies through Formation of Enterprises)

การอบรมได้ใช้กิจกรรมตลาดเร่ ในการนำเข้าสู่เนื้อหาทางด้านการตลาด จากนั้นได้ทำการบรรยายแนวคิดและวิธีการวางแผนการตลาด แล้วให้ผู้เข้าร่วมอบรมประเมินผลที่ได้จากการอบรม โดยผลประเมินพบว่า ผู้เข้าอบรมทุกคนมีความพอใจในระดับมากที่สุดจากการเข้าอบรมในรูปแบบ CEFE ก่อนเข้าอบรมผู้เข้าอบรมส่วนใหญ่ร้อยละ 47.62 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดในระดับปานกลาง หลังเข้ารับการอบรมผู้เข้าอบรมส่วนใหญ่ร้อยละ 57.15 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดในระดับมากที่สุด ก่อนเข้ารับการอบรมผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่ร้อยละ 47.62 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนการตลาดในระดับปานกลาง หลังเข้ารับการอบรมผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่ร้อยละ 50 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนการตลาดในระดับมากที่สุด และผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่ร้อยละ 52.38 สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการทำการตลาดของผ้าทอไทลื้อบ้านทุ่งมอกได้ในระดับมาก

6.3 การวางแผนการตลาดระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม 2551

ในการวางแผนการตลาดระยะเวลา 6 เดือน กลุ่มทอผ้าไทลื้อได้ร่วมกันกำหนดแผนปฏิบัติการไว้ทั้งหมด 10 กิจกรรม ประกอบด้วย

- 1) การนำสมาชิกกลุ่มผ้าทอไปศึกษาดูงาน
- 2) การจัดทำเอกสารส่งเสริมการขาย
- 3) การนำสินค้าไปขาย และแสดง ณ ถนนคนเดิน จังหวัดเชียงใหม่
- 4) การแจกแผ่นพับที่ถนนคนเดิน และสถานที่ที่คิดว่าลูกค้าจะได้พบเห็น
- 5) การจัดทำโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และวิทยุ
- 6) การออกบูธแสดงสินค้า เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ ใน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
- 7) การฝากขายตามศูนย์ OTOP

- 8) การออกรายการโทรทัศน์
- 9) การใช้พนักงานขายในต่างจังหวัด
- 10) การขายสินค้าในงานต่าง ๆ เช่น งานประจำปีของจังหวัดพะเยา

6.4 การเข้าร่วมการประชุมปฏิบัติการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เขตภาคเหนือ

แนวความคิดที่ได้จากการเข้าร่วมประชุม คือ วิสาหกิจชุมชนควรใช้แนวคิดที่จะเป็นส่วนหนึ่งในสายการผลิต ไม่จำเป็นต้องเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย แต่หากสามารถเป็นผู้รับช่วงการผลิตก็สามารถสร้างรายได้ให้กับทางกลุ่มได้ และมีการเสนอให้ทำการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าพร้อมกับต้องออกไปแสวงหาลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

6.5 การปฏิบัติการตามแผนตลาดระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม 2551

ในการดำเนินงานตามแผนการตลาดที่วางไว้ในรอบระยะเวลา 6 เดือน ได้มีการดำเนินกิจกรรมตามแผนการทั้งหมด 4 กิจกรรม ประกอบด้วย

- 1) กิจกรรมการดูงานหมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จทางการตลาด
- 2) กิจกรรมการทำการส่งเสริมการขายในระหว่างวันที่ 1-30 เมษายน พ.ศ.2551 โดยให้ทั้งหมู่บ้านทำการลดราคาผลิตภัณฑ์ทุกชนิดลง 10%
- 3) การโฆษณา โดยมีการจัดทำป้ายโฆษณา เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการส่งเสริมการขายติดบริเวณหน้าทางเข้าหมู่บ้าน และบริเวณอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา
- 4) การฝากขายตามศูนย์ OTOP ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว เป็นกิจกรรมที่ทางกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอกมีการดำเนินกิจกรรมอยู่แล้ว โดยเป็นการฝากขายที่ศูนย์ OTOP อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

6.6 การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการตลาดระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนธันวาคม 2550 ถึง เดือนพฤษภาคม 2551

ผลของการปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนดไว้ทั้งหมดจำนวน 10 กิจกรรม พบว่าสามารถดำเนินการได้ตามแผน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย

- 1) การนำสมาชิกกลุ่มทอผ้าไทลื้อบ้านทุ่งมอกไปศึกษาดูงาน
 - 2) การจัดทำส่งเสริมการขาย
 - 3) การจัดทำโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และวิทยุ
 - 4) การฝากขายตามศูนย์ OTOP
 - 5) การขายสินค้าในงานต่าง ๆ เช่น งานประจำปีของจังหวัดพะเยา
- ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินกิจกรรมทั้ง 5 กิจกรรม ประกอบด้วย
- 1) ปัญหางบประมาณไม่เพียงพอในการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และวิทยุ
 - 2) ปัญหาการไม่ให้ความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่ม
 - 3) ปัญหาด้านเวลาว่างที่ไม่ตรงกันของสมาชิก

ในส่วนของกิจกรรมที่ไม่สามารถดำเนินการตามแผนเกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

- 1) กำหนดการในการจัดงานบางงานมีการเลื่อนเวลาออกไป
- 2) สมาชิกในกลุ่มไม่ให้ความร่วมมือ
- 3) ลูกหลานของสมาชิกที่อยู่ในต่างจังหวัดไม่ให้ความร่วมมือในการช่วยขายสินค้า
- 4) งบประมาณไม่พอสำหรับบางกิจกรรม

แนวทางการแก้ปัญหาในครั้งต่อไป คือ

- 1) ขอให้สมาชิกทุกคนให้ความร่วมมือเพื่อเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม
- 2) ทำการกำหนดตัวบุคคลที่รับผิดชอบในกิจกรรมต่าง ๆ ให้ชัดเจน
- 3) ทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกในกลุ่มรับทราบทั่วถึงในกิจกรรมต่าง ๆ

6.7 การวางแผนการตลาดระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551

ในการวางแผนการตลาดระยะเวลา 3 เดือน กลุ่มทอผ้าไทลื้อได้ร่วมกันกำหนดแผนปฏิบัติการไว้ทั้งหมด 5 กิจกรรม ประกอบด้วย

- 1) ทำการส่งเสริมการขาย
- 2) ทำการประชาสัมพันธ์ทางกลุ่มให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
- 3) การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และวิทยุ
- 4) การปรับปรุงรูปแบบการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า
- 5) การออกบูธแสดงสินค้า

6.8 การปฏิบัติการตามแผนตลาดระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551

ในการดำเนินงานตามแผนการตลาดที่วางไว้ในรอบระยะเวลา 3 เดือน ได้มีการดำเนินกิจกรรมตามแผนที่กลุ่มทอผ้าไทลื้อได้ร่วมกันกำหนดขึ้น ซึ่งทางคณะผู้ทำวิจัยได้นำแผนมาวิเคราะห์โดยภาพรวมและสรุปได้เป็นทั้งหมด 3 กิจกรรมที่จะดำเนินการ ประกอบด้วย

- 1) การออกบูธแสดงสินค้า
- 2) การปรับปรุงรูปแบบการจัดการฐานข้อมูลของลูกค้า
- 3) การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และวิทยุ

6.9 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้รูปแบบการเชื่อมโยงความต้องการระหว่างผู้ซื้อ และผู้ผลิตโดยตรง

ผลการอบรมสามารถสรุปเนื้อหาที่ได้จากการอบรม คือ ความต้องการของตลาดผ้าทอในปัจจุบันมีลักษณะความต้องการที่ลดน้อยลง เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่ค่อยมีการจับจ่ายใช้สอย ดังนั้นในการผลิตสินค้าหรือบริการจึงต้องดูความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ว่ามีความต้องการสินค้าแบบใด แล้วผลิตสินค้าให้ตอบสนองความต้องการนั้น โดยต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ควรมีการตรวจสอบสินค้าก่อนการส่งมอบสินค้าเสมอ และผู้ผลิตต้องสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ซึ่งผลจากการพบผู้ประกอบการที่จะรับสินค้าของกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านทุ่งมอกไปขายต่อนั้น สินค้า

ที่ทางกลุ่มได้มีการพัฒนาขึ้นใหม่ได้แก่กระเป๋าถือ และเมื่อจบการอบรมทางกลุ่มได้รับการสั่งซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการทันที

6.10 การประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการตลาดระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2551 ถึง เดือนกันยายน 2551

ผลของการปฏิบัติตามแผนงานที่คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ว่าจะดำเนินการ พบว่า สามารถดำเนินการได้ตามแผน ในการดำเนินกิจกรรมพบปัญหาดังต่อไปนี้

- 1) ปัญหาการกำหนดหน้าที่รับผิดชอบในงานต่าง ๆ ไม่แน่นอน ทำให้เกิดความล่าช้า
- 2) ในบางครั้งการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มตรงกับช่วงฤดูกาลการเกษตรกรรม ทำให้การดำเนินกิจกรรมเกิดความล่าช้า
- 3) ชื่อและที่อยู่ลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงทำให้การบันทึกข้อมูลประจำตัวลูกค้าแบบใหม่ไม่สามารถทำได้อย่างสมบูรณ์
- 4) งบประมาณมีไม่เพียงพอในการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และทางวิทยุ ทำได้เพียงการใช้ป้ายโฆษณาเพื่อสร้างการรับรู้เท่านั้น

ทางกลุ่มได้กำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาไว้ ดังนี้

- 1) ควรหาข้อมูลการออกแสดงสินค้าให้มากขึ้น เพื่อที่จะได้เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่
- 2) พยายามทำความเข้าใจกับหน้าที่งานของสมาชิกในกลุ่ม และกำหนดรูปแบบการดำเนินงานให้มีมาตรฐานร่วมกัน
- 3) พยายามหาที่อยู่ของลูกค้าเดิม แล้วทำการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน และพยายามบันทึกข้อมูลลูกค้าใหม่ไม่ให้ผิดพลาด
- 4) ต้องทำการกำหนดงบประมาณในการทำการตลาดไว้ล่วงหน้า เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาดในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการแก้ปัญหา และพัฒนา

1. ควรมีการทำการสื่อสารการตลาดอย่างจริงจัง เช่น การจัดทำป้ายโฆษณา การออกบูธแสดงสินค้า การจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มผ้าทอผ้าไหมบ้านทุ่งมอก เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันทางกลุ่มผ้าทอไหมบ้านทุ่งมอก ยังคิดว่าการทำการสื่อสารการตลาด เป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า และไม่กล้าที่จะลงทุนด้านนี้ และควรมหาแหล่งเงินทุน เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล เป็นต้น สนับสนุนในการทำกิจกรรมด้านนี้
2. ควรมีการทำระบบการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) อย่างต่อเนื่อง เช่น โรงเรียน องค์กรบริหารส่วนตำบล หรือหน่วยงานราชการ เป็นต้น ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมที่มีการสั่งซื้อสินค้าผ้าทอไหมบ้านทุ่งมอก เป็นประจำ และควรมีเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรในกลุ่มผ้าทอไหมบ้านทุ่งมอก ที่รับผิดชอบทางด้านนี้โดยตรง
3. ควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหม และถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหมนี้ให้กับเยาวชนในชุมชนบ้านทุ่งมอกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ. (2549). **โครงการวิจัยเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนและความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจรูปแบบอื่นและอุตสาหกรรมหลักเพื่อให้เกิดลำดับขั้นการพัฒนาจากรากหญ้าสู่รากแก้วอย่างยั่งยืน กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง จังหวัดแพร่ (รายงานผลการวิจัย).** เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุพจน์ กุลปรารักษ์ทอง. (2549). **การเขียนแผนธุรกิจ1.** ม.ป.ท.: ม.ป.ป.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549). **ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน.** ค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2549, จาก <http://smce.doae.go.th/index.php?result=5> .
- ลำแพน จอมเมือง และคณะ. (2547). **ผ้าทอไทลื้อ: การจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง (รายงานผลการวิจัย).** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศิริรัตน์ ภาวรักษา และคณะ. (2547). **การศึกษาและพัฒนาระบบการผลิตของกลุ่มทอผ้าไหมในเชิงธุรกิจชุมชน (รายงานผลการวิจัย).** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **กลยุทธ์ทางการตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา.** กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- _____. (2541). **การบริหาร การตลาด.** กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- อคิน รพีพัฒน์. (2547). **การมีส่วนร่วมทางชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทยในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา.** ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- อัจฉริยา เนตรเชย และคณะ. (2547). **การพัฒนาแบบจำลองการจัดการกับข้อมูลข่าวสาร เพื่อการเสริมสร้างธุรกิจชุมชน (รายงานผลการวิจัย).** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เสนห์ จามริก และคณะ. (2523). **นโยบายการพัฒนาชนบท ในชนบทไทย .** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.