

หัวข้อการวิจัย การจัดการความรู้ทางการตลาดเพื่อพัฒนากลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้วิจัย นางเจิมขวัญ รัชชานติ, นางสาวเพ็ญตะวัน พลอาจ, นางสาวพนิดา สัตโยภาส
นายศุภรณิศร์ เต็มสงวนวงศ์

สังกัด สาขาวิชาบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ปีงบประมาณ 2552

บทคัดย่อ

การจัดการความรู้ทางการตลาดเพื่อพัฒนากลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนและพัฒนารูปแบบการตลาดให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมสอดคล้องกับทรัพยากรของชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยการจัดทำเวทีชุมชน การสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม การสนทนากลุ่มย่อย การสังเกต การสัมภาษณ์ผู้บริหารร้านค้าและศูนย์การค้า พนักงานขาย กลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ แบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่ม และการจัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ 6 โครงการ

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพด้านการตลาดและศักยภาพการดำเนินการของกลุ่มที่ร่วมโครงการ พบว่าประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้านการตลาดของกลุ่มในปัจจุบันจะมีการผลิตผ้าฝ้ายทอมือ โดยไม่มีตราสินค้าและไม่มีบรรจุภัณฑ์ รวมถึงไม่มีการทำกิจกรรมในการส่งเสริมการตลาดแต่อย่างใด ส่วนใหญ่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ซื้อตามสถานที่จัดจำหน่ายของภาครัฐ ทำให้อำนาจการตั้งราคาและการต่อรองราคากับผู้ซื้อมีอยู่ต่ำมาก กลุ่มประสบปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญ คือผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือขาดตลาดรองรับ ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ถูกกดราคาจากผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ยังขาดมาตรฐานรับรอง ปัญหาด้านต้นทุนในการเก็บรักษา ปัญหาความไม่สม่ำเสมอในคุณภาพของผ้าฝ้ายทอมือ และปัญหาในการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ

การพัฒนารูปแบบการตลาดวิสาหกิจชุมชนเพื่หารูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมกับกลุ่ม ทำโดยการใช้ชุดโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจำนวน 6 โครงการ ได้แก่ โครงการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนด้วย SWOT โครงการสังเคราะห์แผนการตลาด โครงการ

จัดทำบัญชีครัวเรือน โครงการให้ความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์ โครงการทัศนศึกษาดูงาน และโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ป้ายฉลาก และโลโก้ รวมถึงโครงการทดสอบตลาดได้รูปแบบของการตลาดชุมชนที่กลุ่มจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการทำการตลาดในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ คือ ได้ตราสินค้ากลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัย ได้โลโก้รูปสามเหลี่ยมสีน้ำตาลเหลืองขอบแดง ได้สโลแกนคือ “กลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัยความภูมิใจศิลปะผ้าทอล้านนาเชียงใหม่” ได้ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือ สีสัน ลวดลาย เป็นเอกลักษณ์ ได้บุคลิกภาพของตราสินค้าคือ เป็นของใช้ส่วนตัวที่ควบคู่กับชีวิตประจำวันและได้เอกลักษณ์ของตราสินค้า คือผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือมาจากแหล่งทอผ้าที่มีความชำนาญอย่างแท้จริง ส่วนบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายมี 1 รูปแบบ คือแบบถุงกระดาษ มีสติ๊กเกอร์ติดลงในบรรจุภัณฑ์ นำไปทดสอบตลาดที่ Northern Village ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ซึ่งบรรจุภัณฑ์ได้รับการตอบรับจากตลาดในระดับที่ดี แต่ผู้บริโภคเสนอแนะว่ารูปทรงของบรรจุภัณฑ์ดูแล้วลำสมัย ควรมีการออกแบบให้ทันสมัยมากขึ้น เช่น บรรจุภัณฑ์กล่อง บรรจุภัณฑ์ตะกร้าสานกลม บรรจุภัณฑ์ตะกร้าสานมีหูหิ้ว กล่องพลาสติกใส แบบถุงพลาสติกใส เป็นต้น

Research Title The Knowledge Management of Marketing to Develop Weave Club Moo 6 BanDhongcharoenchai, Nongyang District, Amphur Sansai, Chiangmai Province.

Name Ms. Jermkhuan Ratchusanti, Miss Piangtawan Pol-Ard, Miss Panida Sattayopat and Mr.Supathanish Termsnguanwong

Faculty Department of Human Resources management and Management, Faculty of Management Sciences

University Rajabhat Chiangmai University

Abstract

The purpose of this study were to study the efficiency and effectiveness 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. The findings indicated that the efficiency and effectiveness of marketing management for weave club in a present was; the group produced the weave in many styles without brand and packaging. Most of them were sole to customer who bought from the government's exhibition, that caused the group's power of price setting and bargaining was very low. The group faced with problems; narrow market, higher price of raw material, lack of guaranty from organizations for standardization, higher cost of stock keeping, irregular quality and production of weave products.

The Development of marketing management model for the community business were done by Participatory Action Research with 6 projects; first, the project of SWOT analysis, second, the project of marketing plan analysis, third, the project of household accountancy, forth,

the project of packaging knowledge and design, fifth, the project of observe the activities and excursion, the last, the project of brand building and market test. The results got the marketing management model for BanDhongcharoenchai weave group to develop for their own community business as follows; the brand name was “Weave Club BanDhongcharoenchai” with 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. The market test of woven at Northern Village Robinson Airport Department Store, with good acceptance from consumer and there were some comment that the woven packaging is out of date or out of modern style, should be changed them to be modernized in the future time such as the box form, the round basket form, the round basket with handle, transparent plastic care and transparent plastic bag.

