

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาตามโครงการวิจัยในครั้งนี้ จะนำเสนอผลการศึกษาตามเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล การทำกิจกรรม และการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

การตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประสิทธิภาพด้านการตลาด เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนกลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อก่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้ของกลุ่มฯ จะใช้ผลจากการศึกษาจากการจัดเวทีชาวบ้าน และการศึกษาริบทของหมู่บ้านร่วมกับกลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม ส่วนการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ด้านการพัฒนารูปแบบการตลาดให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมสอดคล้องกับทรัพยากรของชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพึ่งตนเอง และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ด้านการหารูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้การพึ่งพาทรัพยากรภายในชุมชนท้องถิ่นและเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสู่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นอื่น ๆ จะใช้โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามโครงการที่ 1-4 ในการตอบใจทวิวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

การศึกษาและวิเคราะห์ประสิทธิภาพด้านการตลาดของชุมชนด้วยการจัดเวทีชาวบ้าน

จากการศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านการตลาดผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยเปิดเวทีให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นถึงสภาพปัญหาทางการตลาดผ้าฝ้ายทอมือที่ผ่านมา รวมถึงสภาพปัญหาในปัจจุบันและแนวโน้มการทำการตลาดในอนาคต มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกกลุ่มทอผ้าได้รับทราบปัญหาและเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมถึงทิศทางการแก้ไขปัญหาทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับการทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ทั้งนี้เพื่อสร้างศักยภาพทางการตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 การจัดเวทีชาวบ้าน

การจัดเวทีชาวบ้านในครั้งนี้มีกลุ่มชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนประมาณ 50 คน ได้ข้อมูลจากการเปิดเวทีชาวบ้าน ดังนี้

1. ปัญหาด้านราคา ปัจจุบันราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือมีการแกว่งตัวไปมาและปรับตัวในทางที่ลดลงกว่าในอดีต ประกอบกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการตั้งราคาที่อยู่ที่ผู้ซื้อเป็นผู้กำหนด ซึ่งในบางครั้งกำไรที่กลุ่มได้รับจะน้อยมาก จนทำให้สมาชิกบางคนต้องหยุดการผลิตไป

2. ปัญหาด้านต้นทุนในการผลิต ปัจจุบันต้นทุนในการทอผ้าฝ้ายต่อหนึ่งผืนจะมีความไม่แน่นอน ทั้งนี้เนื่องจากราคาของวัตถุดิบในส่วนเส้นด้ายที่แกว่งตัวไปมา ราคาของอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าที่มีราคาแพงและหาได้ยากมากขึ้น และอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น

3. ปัญหาด้านการผลิต ทางกลุ่มวิสาหกิจมีการผลิตที่ยังไม่ได้มาตรฐานในระดับที่สูงสุด ซึ่งที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มได้รับรองมาตรฐาน OTOP ระดับ 3 ดาวเท่านั้น

ปัญหาด้านการรวมกลุ่ม สาเหตุของการก่อตั้งกลุ่มและการรวมกลุ่มขึ้นมาเป็นวิสาหกิจชุมชนนั้น กลุ่มมีความหวังว่าจะสามารถมีอำนาจในการต่อรองราคากับผู้ซื้อได้ดีมากขึ้น และสามารถที่จะกำหนดราคาได้เอง หรือต้องการส่วนต่างกำไรที่สูงขึ้น อีกทั้งมีความคาดหวังที่จะขยายตลาดเพิ่มมากขึ้น ต้องการให้หน่วยงานภาครัฐบาลเข้ามาช่วยเหลืออย่างจริงจังในการหาตลาด

การสร้างตราสินค้า (แบรนด์) การให้ความรู้และแนวทางในการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐานที่สูงสุด รวมถึงต้องการได้รับเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการผลิต เพราะกลุ่มเชื่อว่าหากมีตลาดรองรับที่เพิ่มขึ้น กลุ่มก็จะสามารถขยายการผลิตได้มากขึ้น ซึ่งเมื่อต้องการกู้เงินกับธนาคารเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต การซื้อวัตถุดิบ การซื้ออุปกรณ์การทอผ้า ก็จะสามารถขออนุมัติสินเชื่อได้ง่ายกว่าการขอเป็นรายบุคคล

ปัญหาด้านการจัดทำบัญชี ทางกลุ่มยังไม่มีการจัดทำระบบบัญชีของผลิตภัณฑ์ที่ขายในอดีต ใช้ระบบการติดชื่อผู้ทอผ้าไว้ที่ผลิตภัณฑ์และถ้าผลิตภัณฑ์ขายได้ก็จะนำเงินไปให้ผู้ที่เป็นเจ้าของอีกครั้งหนึ่ง เพราะไม่มีผู้ที่มีความรู้ด้านระบบบัญชีครัวเรือน

จากประเด็นปัญหาที่ได้จากการเปิดเวทีชาวบ้าน จึงมีแนวทางที่อาจช่วยเหลือและแก้ไขด้วยการวิจัย คือปัญหาด้านการตลาดจะต้องใช้การวิจัยด้วยการจัดอบรมและฝึกปฏิบัติให้กับกลุ่ม โดยเริ่มตั้งแต่การให้ความรู้และการสร้างความตระหนักในการทำธุรกิจในปัจจุบัน เพราะกลุ่มชาวบ้านยังขาดความรู้ความเข้าใจในระบบการตลาด จากนั้นจึงเริ่มโครงการอบรมการพัฒนาตราสินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ รวมถึงการให้ความรู้เรื่องการจัดทำระบบบัญชีครัวเรือนเพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ ทั้งนี้เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้นจะต้องบูรณาการเข้ากับการวิจัยของทีมนักวิจัย การตลาดจะดำเนินไปได้ด้วยดีจะต้องมีสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานที่ดีด้วยและให้กลุ่มได้เห็นตัวอย่างของการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งด้วยการจัดโครงการศึกษาดูงานในกลุ่มที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนเป็นที่รู้จักของตลาดได้เป็นอย่างดี

การศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาดด้วยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม

เก็บข้อมูลด้วยการใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยผู้นำกลุ่ม (นางมะลิ บุญเพิ่มพูน) ผลการสัมภาษณ์ มีดังนี้

ปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มในอดีตและปัจจุบัน ชาวบ้านส่วนใหญ่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือด้วยตนเอง โดยไม่มีตราสินค้าจะทำให้อำนาจการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางทำได้ยาก เพราะผู้ซื้อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำที่สุดจากชาวบ้าน ประกอบกับชาวบ้านกลัวว่าจะขายผลิตภัณฑ์ไม่ได้จึงต้องตั้งราคาต่ำ และเงินทุนหมุนเวียนที่มีอยู่อย่างจำกัด หากไม่รีบขายก็จะขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนได้ และชาวบ้านผู้ผลิตก็ไม่ต้องการแบกรับความเสี่ยงจากราคาในตลาดได้ รวมถึงไม่มีทุนมากพอที่จะเก็บผลิตภัณฑ์เพื่อรอขายในช่วงที่ได้ราคาสูงขึ้น อีกทั้งแนวคิดในการทำธุรกิจชุมชนก็เป็นแค่การคิดไม่ได้มีการนำไปลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังแต่อย่างใด

เพราะกลุ่มชาวบ้านยังขาดองค์ความรู้ทางการตลาด และขาดผู้นำกลุ่มที่มีวิสัยทัศน์ด้านการทำธุรกิจชุมชนที่แท้จริง ซึ่งแนวทางแก้ไขนั้นจะต้องมีการรวมกลุ่มที่เป็นปึกแผ่น หากกลุ่มนำไปประยุกต์ใช้จริงก็จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดได้อีกทางหนึ่งด้วย

ปัญหาด้านการผลิต การผลิตจะทำได้มากในช่วงที่มีวัตถุดิบมากและราคาถูก ประกอบกับต้องมีเวลาว่างหลังเสร็จสิ้นจากการทำอาชีพหลักของแต่ละคนในหมู่บ้านได้แก่ การทำนาทำไร่ ทำสวน เป็นต้น ซึ่งทำให้ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ขาดการตระหนักถึงความสำคัญและปริมาณผลิตภัณฑ์ที่มีอย่างไม่สม่ำเสมอ แรงงานของกลุ่มก็ยังมีอย่างไม่สม่ำเสมอและบางครั้งต้องจ่ายค่าจ้างแรงงานคนนอกพื้นที่ในราคาที่สูงกว่าปกติมาทอผ้าในกรณีที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก เช่น งานเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ เป็นต้น

การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการตามโครงการย่อย

โครงการที่ 1 : การศึกษาศักยภาพทางการตลาดด้วยการวิเคราะห์ SWOT และสังเคราะห์แผนการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าหมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ “วันที่ 13 และ 27 กุมภาพันธ์ 2552 ระหว่างเวลา 09.00 น. - 16.00 น. และ 17.00 น.- 20.00น.”
ณ กลุ่มแม่บ้านทอผ้าบ้านดงเจริญชัย ต.หนองแห้ง อ.สันทราย จังหวัดเชียงใหม่

คณะนักวิจัยใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการพร้อมทั้งการฝึกปฏิบัติกลุ่มย่อย เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลสำหรับการจัดการการตลาด ดังแสดงในภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 การฝึกปฏิบัติเรื่องการบริหารจัดการและการตลาดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจ

ผลการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีดังต่อไปนี้

1. ชุมชนมีจุดแข็งอะไรบ้าง

- กลุ่มทอผ้าที่เป็น OTOP 3 ดาว มีตลาดและเนื้อผ้าที่สวยงาม
- กลุ่มนวดแผนไทย และสมุนไพรลูกประคบ ที่ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า
- กลุ่มผักอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ

2. ปัญหาของชุมชน

- ชุมชนยังมีความรู้ไม่เพียงพอต่อการทำธุรกิจประเภทต่าง ๆ
- การให้ความร่วมมือของคนในชุมชนยังไม่เข้มแข็ง
- ขาดบุคลากรที่มีศักยภาพในการเป็นผู้นำกลุ่ม
- ขาดการส่งเสริมจากทุกภาคส่วนในสังคม

3. ธุรกิจที่เป็นโอกาสของชุมชน

- กลุ่มทอผ้า
- กลุ่มนวดแผนไทยและสมุนไพรลูกประคบ
- กลุ่มผักอินทรีย์
- กลุ่มผู้สูงอายุเพาะเห็ด

4. ใครเป็นคู่แข่งขั้นของกลุ่มทอผ้า

- กลุ่มผักอินทรีย์
- กลุ่มนวดแผนไทยและสมุนไพรลูกประคบ
- กลุ่มผู้สูงอายุเพาะเห็ด

การศึกษาโอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อน หรือ SWOT Analysis

จุดแข็งทางการตลาด

1. เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่มีคุณภาพดี ได้รับมาตรฐาน OTOP 3 ดาว
2. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายประเภท เช่น ผ้าถุง ผ้าขี้ริ้ว ผ้าคลุมไหล่ ผ้าขาวม้า ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น
3. ลายผ้าเป็นเอกลักษณ์ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ เช่น ลายน้าไหล ลายดอกหมาก ลายดอกจันทร์ 8 กลีบ และลายสี่ตะกรอง เป็นต้น

จุดอ่อนทางการตลาด

1. มีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย
2. ไม่มีการจัดทำระบบบัญชีครัวเรือน

3. ขาดเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มอย่างเพียงพอ
4. ขาดการจัดโครงสร้างการบริหารงานของกลุ่มที่ดี
5. ขาดความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

โอกาสทางการตลาด

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่รัฐบาลให้การสนับสนุน และยกระดับเป็นวาระแห่งชาติ
2. วัตถุดิบหาได้ง่ายในท้องถิ่น
3. สังคมไทยนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอในวาระโอกาสต่าง ๆ ในแต่ละปีมากขึ้น

อุปสรรคทางการตลาด

1. ขาดการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐบาล ภาคเอกชน รวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลวิสาหกิจชุมชน อย่างแท้จริง
2. ขาดการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตแทนแรงงานคน
3. ความไม่สงบของการเมืองไทย

กลุ่มตลาดเป้าหมาย

1. เป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มตลาดท่องเที่ยว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวมักจะซื้อหาสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่เป็นไปเป็นของฝากญาติมิตร คนรู้จัก
2. เป้าหมายรอง เป็นกลุ่มผู้ซื้อทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มที่นิยมและชื่นชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อใช้ในวาระโอกาสต่าง ๆ ส่วนบุคคล

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์

จากการร่วมกันตั้งวิเคราะห์แผนการตลาดร่วมกันระหว่างสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ และคณะนักวิจัยพบว่าตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม คือ “เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายต่าง ๆ ที่มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ยากต่อการลอกเลียนแบบ”

โครงการที่ 2 : การบริหารการตลาดด้านบรรจุภัณฑ์และการจัดการด้านบัญชีเบื้องต้นของ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ “วันที่ 20-21
มีนาคม 2553 ระหว่างเวลา 08.00 น. - 17.30 น.” ณ กลุ่มแม่บ้านทอผ้าบ้านดงเจริญชัย ตำบล
หนองแห่ย์ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

คณะนักวิจัยใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการพร้อมทั้งการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อใช้ข้อมูลที่ได้
จากโครงการที่ 1 ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมตามหัวข้อย่อย ดังนี้

ผลที่ได้รับจากการฝึกอบรมเรื่อง “บริหารการตลาดด้านบรรจุภัณฑ์”

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้เพิ่มมากขึ้นจากวิทยากรในเรื่องบรรจุ
ภัณฑ์ที่จะใช้เป็นแบบอย่างในการทำบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มฯ เพิ่มมากขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เกิดบรรจุภัณฑ์ ด้วยวิธีการ
นำวัสดุต่างๆ เช่น กระดาษ แก้ว โลหะ ไม้ พลาสติก มาประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มผลิตภัณฑ์
หรือสินค้าเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย มีความทนทาน แข็งแรง สวยงาม มีภาชนะใช้สื่อสารบอก
รายละเอียดของสินค้า และสามารถดึงดูดผู้ซื้อสินค้าด้วย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการคิดประดิษฐ์ สิ่งต่างๆ ให้แปลกใหม่
สะดวกสบาย และสอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิด
สร้างสรรค์ เพื่อใช้ห่อหุ้ม ป้องกัน และรักษาคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ให้คงสภาพเดิม
ใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตมากที่สุด

ตัวอย่าง การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ

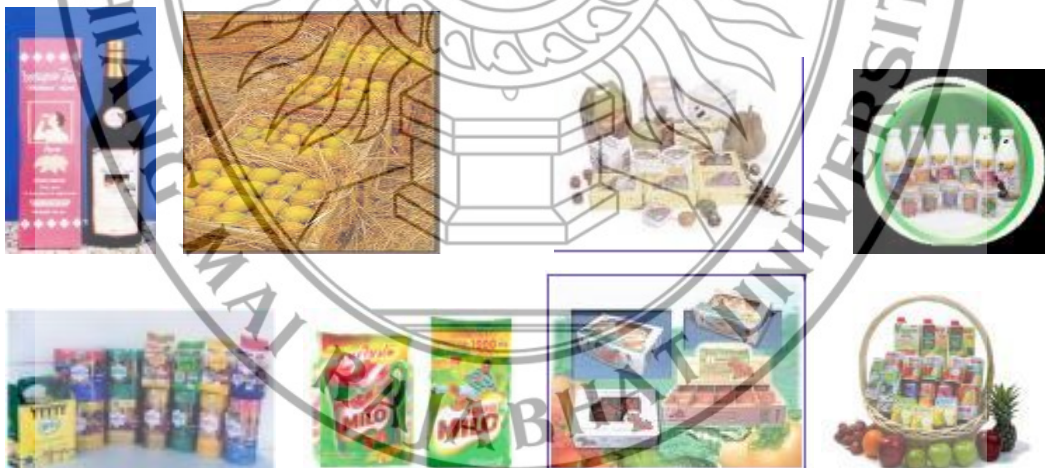


ที่มา : <http://www.crnfe.ac.th/packaging/unit2.htm>

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ มี 4 ลักษณะ คือ

1. การบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary packaging) การบรรจุภัณฑ์ขั้นแรกนี้รวมถึงการบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual package) ได้แก่ สิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่ผลิตภัณฑ์เสร็จสิ้นสมบูรณ์แล้ว เป็นการห่อหุ้มสินค้า เพื่อป้องกันสินค้าโดยตรงไม่ให้เสียหาย เช่น ขวดยา หลอดยาสีฟัน กระดาษ ห่อขนม ขวด หรือกระป๋อง
2. การบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง (Secondary packaging) ได้แก่ สิ่งห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ขั้นแรกเพื่อทำหน้าที่ ป้องกันสินค้ามิให้เสียหายรวมทั้งมีหน้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เช่น กล่องใส่ขวดยา กล่องยาสีฟัน ถุงใส่ขนมที่ห่อด้วยกระดาษหรือพลาสติก ฯลฯ
3. การบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping packaging) ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ เพื่อเก็บรักษาและขนส่งสินค้า เช่นลังขนาดต่างๆ
4. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ผลิตสินค้าสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์กระตุ้นการซื้อ ในลักษณะบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นใน บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งรวมกันอยู่ เพื่อเพิ่มคุณค่าสินค้า แรงจูงใจ ให้ผู้พบเห็นตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น

ตัวอย่าง บรรจุภัณฑ์ขั้นแรก ขั้นที่สอง เพื่อการขนส่ง และเพื่อการขายปลีก



ที่มา : <http://www.thaifoodscience.com/tetrapak.html>



ส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีส่วนประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน คือ

1. โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย รูปร่าง หรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์รูปร่าง หรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ มีหลายลักษณะ เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม ทรงกลม สามเหลี่ยม หกเหลี่ยม รูปไข่ ฯลฯ ขึ้นอยู่กับรูปทรง และลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ที่เราจะบรรจุ และวัตถุประสงค์ของการบรรจุภัณฑ์ เช่น เพื่อการขนส่ง เพื่อการเก็บรักษา หรือเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย ฯลฯ

วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์มีมากมายหลายชนิด ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ แก้ว ไม้ ฯลฯ นักออกแบบจะเลือกวัสดุทำบรรจุภัณฑ์ โดยใช้การวิเคราะห์พิจารณาความเหมาะสมระหว่างบรรจุภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์และหน้าที่การใช้งานของบรรจุภัณฑ์



..บรรจุภัณฑ์ที่ใช้พลาสติก... ..บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แก้ว... ..บรรจุภัณฑ์ที่ใช้โลหะ...

2. ฉลากบรรจุภัณฑ์ (Label) เป็นส่วนแสดงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและผู้ขายตราหรือยี่ห้อ (Brand) ส่วนประกอบคุณสมบัติวิธีใช้ ชื่อผู้ผลิตและข้อมูลเตือน เพื่อความปลอดภัย



การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีแนวทาง ดังนี้

1) สำรวจตลาด โดยใช้วิธีดังต่อไปนี้

- สำรวจความพร้อมของตน
- สำรวจความต้องการของลูกค้า หรือความต้องการของตลาด
- รับฟังความคิดเห็นของลูกค้า โดยการพูดคุย สอบถามและสังเกต
- ศึกษาข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ใช้บรรจุสินค้าในท้องตลาด

2) วิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ ตามลักษณะหน้าที่ และประโยชน์บรรจุภัณฑ์ทางด้านเทคนิคและด้านการตลาด

2.1) ด้านเทคนิค มีวิธีวิเคราะห์ดังนี้

2.1.1) ศึกษาลักษณะของสินค้า ว่ามีคุณสมบัติทางกายภาพอย่างไร เช่น สถานะ ส่วนผสม คุณสมบัติทางเคมี เช่น ความเป็นกรดเป็นด่างของสินค้า สินค้าอยู่ในรูปของแข็งหรือของเหลว สินค้าที่ต้องป้องกันความชื้นหรือไม่หรือเป็นสินค้าที่ต้องป้องกันไม่ให้ถูกแสง แดด เป็นต้น

2.1.2) วิเคราะห์ลักษณะของการบรรจุให้เหมาะกับตัวสินค้า เช่น ต้องใช้การบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย ต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ความชื้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความชื้นสร้างความเสียหายต่อสินค้าหรือสินค้าต้องใช้การบรรจุภัณฑ์ที่เก็บรักษาความใหม่สด ทั้งนี้การบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการขนส่งด้วยการพัฒนาหีบห่อและบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาหีบห่อนับเป็นความจำเป็นขั้นสูงในลำดับต้นๆ ของสินค้าทุกประเภท เพราะหีบห่อเป็นจุดแรกที่โน้มนำความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ทั้งหลายต้องมีการออกแบบเพื่อให้มีความเหมาะสมใน หลาย ๆ ด้าน เช่น

- เพื่อให้เกิดความงดงาม น่าเชื่อถือ ความนิยมพิเศษ
- เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผลิตภัณฑ์ / ผลผลิต ในการลดแรง

กระทบกระเทือนจากการขนส่ง

- เพื่อเป็นสื่อเฉพาะที่ บอกภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เป็นที่น่าเชื่อถือได้ว่า ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากมายจำหน่ายได้ เพราะมีการออกแบบหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ ให้เกิดความสนใจ

ดังนั้นหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ จึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการจำหน่ายต่อผู้บริโภคการออกแบบจึงต้องมีการจัดเตรียมและวางแผนทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภคอย่างเหมาะสม



ภาพที่ 4.3 (1) การอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารบรรจุภัณฑ์แก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ



ภาพที่ 4.3 (2) ผู้เข้าร่วมอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารบรรจุภัณฑ์แก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ

ผลที่ได้รับจากการฝึกอบรมเรื่อง “จัดการด้านบัญชีเบื้องต้นของวิสาหกิจชุมชน”

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้เพิ่มมากขึ้นจากวิทยากรในเรื่องการจัดการด้านบัญชีที่จะใช้เป็นแบบอย่างในการจัดการด้านบัญชีเบื้องต้นของกลุ่มฯ เพิ่มมากขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การทำบัญชี คือ การจดบันทึก ข้อมูลเกี่ยวกับเงินไขบ่งชี้ในการดำรงชีวิตของตัวเอง และภายในครอบครัว ชุมชน รวมถึงประเทศ ข้อมูลที่ได้จากการบันทึกจะเป็นตัวบ่งชี้อดีตปัจจุบัน และอนาคตของชีวิตของตัวเอง สามารถนำข้อมูลอดีตมาบอกปัจจุบันและอนาคตได้ ข้อมูลที่ได้ที่บันทึกไว้ จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนชีวิตและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิต ในครอบครัวในประเทศได้

การทำบัญชีครัวเรือนในด้านเศรษฐกิจหรือการบันทึกรายรับรายจ่ายที่ทางราชการพยายามส่งเสริมให้ประชาชนได้ทำกันนั้นเป็นเรื่องการบันทึกรายรับรายจ่ายประจำวัน ประจำเดือน ว่ามีรายรับจากแหล่งใดบ้าง จำนวนเท่าใด มีรายจ่ายอะไรบ้าง จำนวนเท่าใดในแต่ละวัน สัปดาห์ เดือน และปี เพื่อจะได้เห็นภาพรวมว่า ตนเองและครอบครัวที่รายรับเท่าใด รายจ่ายเท่าใด คงเหลือเท่าใด หรือเงินไม่พอใช้เท่าใด คือรายจ่ายมากกว่ารายรับ และสำรวจว่ารายการใดจ่ายน้อย จ่ายมาก จำเป็นน้อยจำเป็นมาก จำเป็นน้อย อาจลดลง จ่ายเฉพาะที่จำเป็นมาก เช่น ซื้อกับข้าว

ซื้อยา ซื้อเสื้อผ้า ซ่อมแซมบ้าน การศึกษา เป็นต้น ส่วนรายจ่ายที่ไม่จำเป็นให้ลด ละ เลิก เช่น ซื้อบุหรี่ยี่ห้อหรู เล่นการพนัน เป็นต้น เมื่อนำรายรับ รายจ่าย มาบวกลบกันแล้วขาดดุลเกินดุลไปเท่าใด เมื่อเห็นตัวเลขจะทำให้เรารู้ได้ว่าสิ่งที่ไม่จำเป็นนั้นมีมากหรือน้อยสามารถลดได้หรือไม่ ลดได้ไหม ถ้าไม่ลดไม่เลิกจะเกิดอะไรกับตัวเอง ครอบครัว ชุมชน และประเทศ หากเราวางแผนการรับการจ่ายเงินของตนเองได้ เท่ากับว่ารู้จักความเป็นคนได้พัฒนาตนเองให้เป็นคนมีเหตุมีผล เป็นคนรู้จักพอประมาณ เป็นคนรักตนเอง รักครอบครัว รักชุมชน และรักประเทศชาติมากขึ้น จึงเห็นได้ว่าการทำบัญชีครัวเรือนในเรื่องรายรับรายจ่าย ก็คือวิถีแห่งการเรียนรู้เพื่อพัฒนาชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นั่นเองเพราะปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือปรัชญาชีวิตที่ถูกต้องเหมาะสม พอดี สอดคล้องถูกต้องตามกฎธรรมชาติที่มีทั้งความเป็นเอกภาพและดุลยภาพอยู่เสมอ

การทำบัญชีครัวเรือนเป็นการจดบันทึกรายรับรายจ่ายประจำวันของครัวเรือน และสามารถนำข้อมูลมาวางแผนการใช้จ่ายเงินในอนาคตได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดการออม การใช้จ่ายเงินอย่างประหยัดคุ้มค่า ไม่ฟุ่มเฟือย ดังนั้นการทำบัญชีครัวเรือนมีความสำคัญ ดังนี้

1. ทำให้ตนเองและครอบครัวทราบรายรับ รายจ่าย หนี้สิน และเงินคงเหลือในแต่ละวัน รายรับ หรือรายได้ คือ เงิน หรือสินทรัพย์ที่วัดมูลค่าได้ ที่ได้รับการประกอบอาชีพ หรือผลตอบแทนที่ได้รับจากการให้ผู้อื่นใช้สินทรัพย์ หรือผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบต่างๆ เช่น รายได้จากค่าจ้างแรงงาน เงินเดือน ดอกเบี้ยรับจากเงินฝากธนาคาร หรือจากเงินให้กู้ยืม รายได้จากการขายสินค้าหรือบริการ เป็นต้น รายจ่าย หรือค่าใช้จ่าย คือ เงิน หรือสินทรัพย์ที่วัดมูลค่าได้ ที่จ่ายออกไปเพื่อให้ได้สิ่งตอบแทนกลับมา สิ่งตอบแทนอาจเป็นสินค้าหรือบริการ เช่น ค่าอาหาร ค่าน้ำค่าไฟฟ้า (ค่าสาธารณูปโภค) ค่าน้ำมัน ค่าหนังสือตำรา เป็นต้น หรือรายจ่ายอาจไม่ได้รับสิ่งตอบแทนคือสินค้าหรือบริการก็ได้ เช่น เงินบริจาคเพื่อการกุศล เงินทำบุญ ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า เป็นต้น หนี้สิน คือภาระผูกพันที่ต้องชดใช้คืนในอนาคต การชดใช้อาจจ่ายเป็นเงินหรือของมีค่าที่ครอบครัวหรือตนเองมีอยู่ หนี้สินเป็นเงินหรือสิ่งของที่มีค่าที่ครอบครัวหรือตนเองได้รับมาจากบุคคลหรือแหล่งเงินภายนอก เช่น การกู้ยืมเงินจากเพื่อนบ้าน การกู้ยืมเงินจากกองทุนต่างๆ การซื้อสินค้าหรือบริการเป็นเงินเชื่อ การซื้อสินทรัพย์เป็นเงินผ่อนชำระ หรือการเช่าซื้อ เป็นต้น เงินคงเหลือ คือ เงิน หรือทรัพย์สินที่วัดมูลค่าได้ หลังจากนำรายรับลบด้วยรายจ่ายแล้วปรากฏรายรับมากกว่ารายจ่ายจะทำให้มีเงินคงเหลือ หรือในหลักทางบัญชีเรียกว่ากำไร แต่หากหลังจากนำรายรับลบด้วยรายจ่ายแล้วปรากฏว่ารายจ่ายมากกว่ารายรับจะทำให้เงินคงเหลือติดลบหรือทางบัญชีเรียกว่าขาดทุนนั่นเอง

2. นำข้อมูลการใช้จ่ายเงินภายในครอบครัวมาจัดเรียงลำดับความสำคัญของรายจ่าย และวางแผนการใช้จ่ายเงิน โดยพิจารณาแต่ละรายการในแต่ละวันมีรายจ่ายใดที่มีความสำคัญมาก และ

รายจ่ายใดไม่จำเป็นให้ตัดออก เพื่อให้การใช้จ่ายเงินภายในครอบครัวมีพอใช้และเหลือเก็บเพื่อการออมทรัพย์สำหรับใช้จ่ายสิ่งที่จำเป็นในอนาคต บัญชีครัวเรือนถือเป็นส่วนสำคัญในการปฏิบัติตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดหลัก 3 ข้อ คือ การพอประมาณ ถ้ารู้รายรับรายจ่ายก็จะใช้แบบพอประมาณ แต่มีเหตุผลรู้ว่ารายจ่ายใดจำเป็นไม่จำเป็น และเมื่อเหลือจากใช้จ่ายก็เก็บออม นั่นคือภูมิคุ้มกัน ที่เอาไว้คุ้มกันตัวเราและครอบครัว บัญชีครัวเรือนสามารถจัดได้หมด จึงนับว่ามีประโยชน์มาก

ข้อควรระวังในการจัดทำบัญชีครัวเรือน คือลืมนบันทึกบัญชี ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการบันทึก และส่งผลให้ไม่อยากบันทึก ผู้จัดทำเข้าใจผิดในรายการบัญชี ไม่เข้าใจรายการที่เป็นรายรับ จึงไม่ได้บันทึกบัญชี เช่น ลูกส่งเงินมาให้พ่อแม่สำหรับใช้จ่ายทุกวันสิ้นเดือน แต่พ่อแม่ไม่ได้บันทึกบัญชีรายรับเนื่องจากเข้าใจว่าเงินที่ได้รับมานั้นมิได้เกิดจากการประกอบอาชีพของตนเองหรือเข้าใจผิดรายการหนี้สินแต่บันทึกว่าเป็นรายรับ ทำให้มิได้เก็บเงินไว้สำหรับจ่ายชำระหนี้ในอนาคต เช่น ยืมเงินจากเพื่อนบ้านมาใช้จ่ายภายในครอบครัว ถึงแม้จะได้รับเงินมาแต่รายการดังกล่าวไม่ถือว่าเป็นรายรับเนื่องจากตนเองมีภาระผูกพันที่ต้องชดใช้ในอนาคต ซึ่งอาจต้องชดใช้เงินต้นพร้อมด้วยดอกเบี้ยด้วย จากสาเหตุดังกล่าวอาจทำให้ครอบครัววางแผนการใช้จ่ายเงินผิดพลาด

สำหรับการแก้ไขปัญหาการขาดสภาพคล่องในการใช้จ่ายเงินหรือปัญหารายรับไม่เพียงพอกับรายจ่ายนั้นมีแนวทางดังนี้

1. การลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นออก เพื่อลดภาระการจ่ายเงินออกจากครอบครัว เช่น รายจ่ายเกี่ยวกับการพนัน สิ่งเสพติดของมีนเมา รายจ่ายฟุ่มเฟือย เป็นต้น เป็นการสร้างนิสัยมิให้ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย

การลดรายจ่ายที่จำเป็นลง เพื่อสร้างนิสัยการประหยัด อุดหนุน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดอย่างคุ้มค่า เช่น การปลูกผัก ผลไม้ไว้รับประทานเอง เพื่อช่วยลดค่าอาหารและค่าเดินทางไปตลาด อีกทั้งทำให้สุขภาพดีอีกด้วย ลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแล้วหันมาออกกำลังกายโดยการปั่นจักรยาน หรือการเดิน การวิ่งแทนการขับรถจักรยานยนต์หรือรถยนต์ เป็นต้น

การเพิ่มรายรับ หารายได้เสริมนอกเวลาทำงานปกติ เช่น การใช้เวลาว่างรับจ้างตัดเย็บเสื้อผ้า การขายอาหารหลังเลิกงาน การปลูกผัก หรือเลี้ยงสัตว์ไว้ขาย เป็นต้น

การทำความเข้าใจกันภายในครอบครัวเพื่อให้ทุกคนร่วมมือกันประหยัด รู้จักอดออม การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ลด ละ เลิก รายจ่ายหรือสิ่งที่ไม่จำเป็น และช่วยกันสร้างรายรับให้เพียงพอ เหมาะสมกับเศรษฐกิจปัจจุบัน

วิธีบันทึกบัญชีครัวเรือน (ฝึกปฏิบัติ)

ทำโดยวิธีง่าย ๆ โดยจดบันทึกทุกครั้งที่ย้าย สิ้นเดือนให้ครัวเรือนสรุปรายรับ – จ่าย เงิน เหลือสำหรับออม และประเมินผลการใช้จ่ายทุกเดือนเพื่อลด เลิกใช้จ่ายในรายการที่ฟุ่มเฟือยถ้ามี ภาวะหนี้สินต้องวางแผนการใช้หนี้ในระยะสั้น-ยาว ตามความเหมาะสม

ในชีวิตประจำวัน (สมุดบัญชีรับ-จ่ายในครัวเรือน) (ฝึกปฏิบัติ) แบบฟอร์มโดย สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์เกี่ยวกับการทำบัญชี ทำให้ผู้รับการอบรม รู้รายรับ รู้รายจ่าย รู้หนี้สิน จัดวางแผนการใช้เงิน

ในการประกอบอาชีพ (สมุดต้นทุนประกอบอาชีพ) (ฝึกปฏิบัติ) แบบฟอร์มโดย สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์เกี่ยวกับการทำบัญชี ทำให้ผู้รับการอบรม รู้ต้นทุน กำไรหรือขาดทุน รู้จักวางแผนประกอบอาชีพ



ภาพที่ 4.4 (1) การอบรมให้ความรู้ด้านบัญชีครัวเรือนแก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ



ภาพที่ 4.4 (2) การวางแผนจัดการบัญชีครัวเรือนของกลุ่มวิสาหกิจ



ภาพที่ 4.4 (3) การนำเสนอการจัดระบบบัญชีครัวเรือนของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ

โครงการที่ 3 : โครงการศึกษาดูงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ “วันที่ 3 เมษายน 2553 ระหว่างเวลา 08.00 น. - 16.00 น.” ณ ลานร้านค้าชุมชนหน้าวัดพระธาตุหริภุญชัย และศูนย์หัตถกรรมผ้าทอยกดอก หน้าวัดศรีเมืองย้อย อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

จากโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เรื่อง “การศึกษาศักยภาพทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนด้วยการวิเคราะห์ SWOT และตั้งเคราะห์แผนการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่” ที่ได้จัดขึ้นในวันที่ 13 - 27 กุมภาพันธ์ 2553 ซึ่งได้ข้อมูลด้านศักยภาพทางการตลาด ได้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการทำการตลาด และได้้นำมาร่วมกันวิเคราะห์และตั้งเคราะห์เป็นแผนการตลาดของกลุ่มนั้น และโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเรื่อง “การบริหารการตลาดด้านบรรจุภัณฑ์และการจัดการด้านบัญชีเบื้องต้นของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่” ในวันที่ 20-21 มีนาคม 2553 เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาและการจัดทำตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ โลโก้ ระบบบัญชีเบื้องต้น และจะเป็นโครงการที่สืบเนื่องไปยังโครงการทดสอบตลาดจริงที่จะจัดทำขึ้นในช่วงระหว่าง วันที่ 12-15 เมษายน 2553 ต่อไป ทางคณะผู้วิจัยจึงได้จัดกิจกรรมการทัศนศึกษาดูงาน เยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าที่ประสบความสำเร็จในต่างพื้นที่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับการถ่ายทอดประสบการณ์จริงจากการไปทัศนศึกษาดูงานจากวิสาหกิจชุมชนด้านการทอผ้าที่ประสบความสำเร็จเพื่อปรับใช้กับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มทอผ้าในการได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์จริงจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในตลาดการค้าที่มีความผันแปรและการแข่งขันอย่างรุนแรงให้อยู่รอดได้

จากภาพที่ 4.5 จากการร่วมศึกษาดูงาน กลุ่มได้รับองค์ความรู้ด้านการตลาดหลายรูปแบบ อาทิ การทำการตลาดที่ต้องทำงานเป็นทีมที่แข็งแกร่ง และต้องมีผู้นำที่เข้าใจในการนำแนวคิดการทำธุรกิจหรือการตลาดที่แท้จริง อันนำมาซึ่งการประยุกต์ใช้ในการตลาดของกลุ่มต่อไป อาทิ การนำเอาเทคนิคของการทอผ้าของกลุ่มศูนย์ทอผ้าบ้านศรีเมืองย้อย จังหวัดลำพูน ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงมีการ ไขว่คว้าสำหรับตั้งโชว์และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ลานหน้าวัดพระธาตุลำพูนก็จะช่วยเป็นแรงบันดาลใจให้กลุ่มเกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของบ้านดงเจริญชัยต่อไป ส่วนด้านการรวมกลุ่มนั้น กลุ่มทอผ้าบ้านศรีเมืองย้อย จังหวัดลำพูนได้มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดโครงสร้างกลุ่ม การจัดประชุมและการระดมทุน รวมถึงได้เปิดมุมมองการทำการตลาดที่กว้างมากขึ้น หลังจากการศึกษาดูงานแล้ว กลุ่มน่าจะได้แนวทางการพัฒนาการตลาด

หรือแนวทางในการขยายสายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ตรา “ผ้าทอบ้านดงเจริญชัย” เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้อีกมากมาย เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าเช็ดเท้า ผ้าเช็ดหน้า และถุงย่าม เป็นต้น



ภาพที่ 4.5 (1) การสำรวจตลาด ร้านค้าชุมชนหน้าวัดพระธาตุศรีบุญชัย และศูนย์หัตถกรรมผ้าทอยกดอก หน้าวัดศรีเมืองฮู้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน



ภาพที่ 4.5 (2) สินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านศรีเมืองฮู้ จังหวัดลำพูน



ภาพที่ 4.5 (3) กี๋ทอผ้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านศรีเมืองห้วย จังหวัดลำพูน



ภาพที่ 4.5 (4) สถานที่จำหน่ายสินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านศรีเมืองห้วย จังหวัดลำพูน



ภาพที่ 4.5 (5) สินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านศรีเมืองหู้ จังหวัดลำพูน



ภาพที่ 4.5 (6) สินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านศรีเมืองหู้ จังหวัดลำพูน

โครงการที่ 4 : โครงการร่วมกันออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ป้ายฉลากเพื่อทดสอบตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ “วันที่ 4 มิถุนายน 2553 ระหว่างเวลา 08.00 น. - 16.00 น.” ณ. วิสาหกิจชุมชน หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

สืบเนื่องมาจากโครงการศึกษาดูงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่” ที่ได้จัดขึ้นในวันที่ 3 เมษายน 2553 ซึ่งได้นำตัวแทนกลุ่มไปศึกษาดูงาน ณ กลุ่มอาชีพทอผ้าสตรีศรีเมืองยู๋ ต.เวียงยอง อ.เมือง จังหวัดลำพูน เพื่อให้เห็นถึงวิธีการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีลักษณะของธุรกิจคล้ายคลึงกัน เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มทอผ้าในการได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์จริงจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในสถานการณ์ที่มีความผันแปรและการแข่งขันอย่างรุนแรงให้อยู่รอดได้และจะเป็นโครงการที่สืบเนื่องไปยังโครงการทดสอบตลาดจริง ที่จะจัดทำขึ้นในช่วงเดือนมิถุนายน 2553 ทางคณะผู้วิจัยจึงได้จัดกิจกรรมโครงการออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ป้ายฉลากและทดสอบตลาด เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเป็นอย่างดีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของการสร้างบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและป้ายฉลาก ณ โรงแรมชาโต จ.เชียงใหม่ ให้กับผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้ทางกลุ่มนำบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและป้ายฉลากนำมาช่วยในการสร้างศักยภาพทางการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ต่อไป

การออกแบบตราสินค้า และ ป้ายฉลาก

ชื่อตราสินค้า (Brand Name)

กลุ่มได้ร่วมกันกำหนดชื่อตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือไว้หลาย ๆ ชื่อ ทั้งนี้เพื่อให้สมาชิกที่ร่วมประชุมในกลุ่มได้นำเสนอและคัดเลือก สำหรับใช้เป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทอผ้าของกลุ่มต่อไป โดยมีชื่อที่ร่วมกันกำหนด ได้แก่

- ตราหมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย
- ตรากลุ่มทอผ้าตำบลหนองแห้ง
- ตรากลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัย
- ตรากลุ่มทอผ้าหมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย

โลโก้และเครื่องหมายการค้าสินค้า (Logo and Trade Mark)

โลโก้และเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่กลุ่มกำหนด ได้แก่

- โลโก้รูปลายผ้าทอสามเหลี่ยมสีแดง
- โลโก้รูปลายผ้าทอสี่เหลี่ยมสีเหลือง
- โลโก้รูปลายผ้าทอสามเหลี่ยมสีเหลืองขอบแดง
- โลโก้รูปลายผ้าทอสามเหลี่ยมสีเหลืองน้ำตาลขอบแดง

สโลแกน (Slogan) สโลแกนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่กลุ่มกำหนด ได้แก่

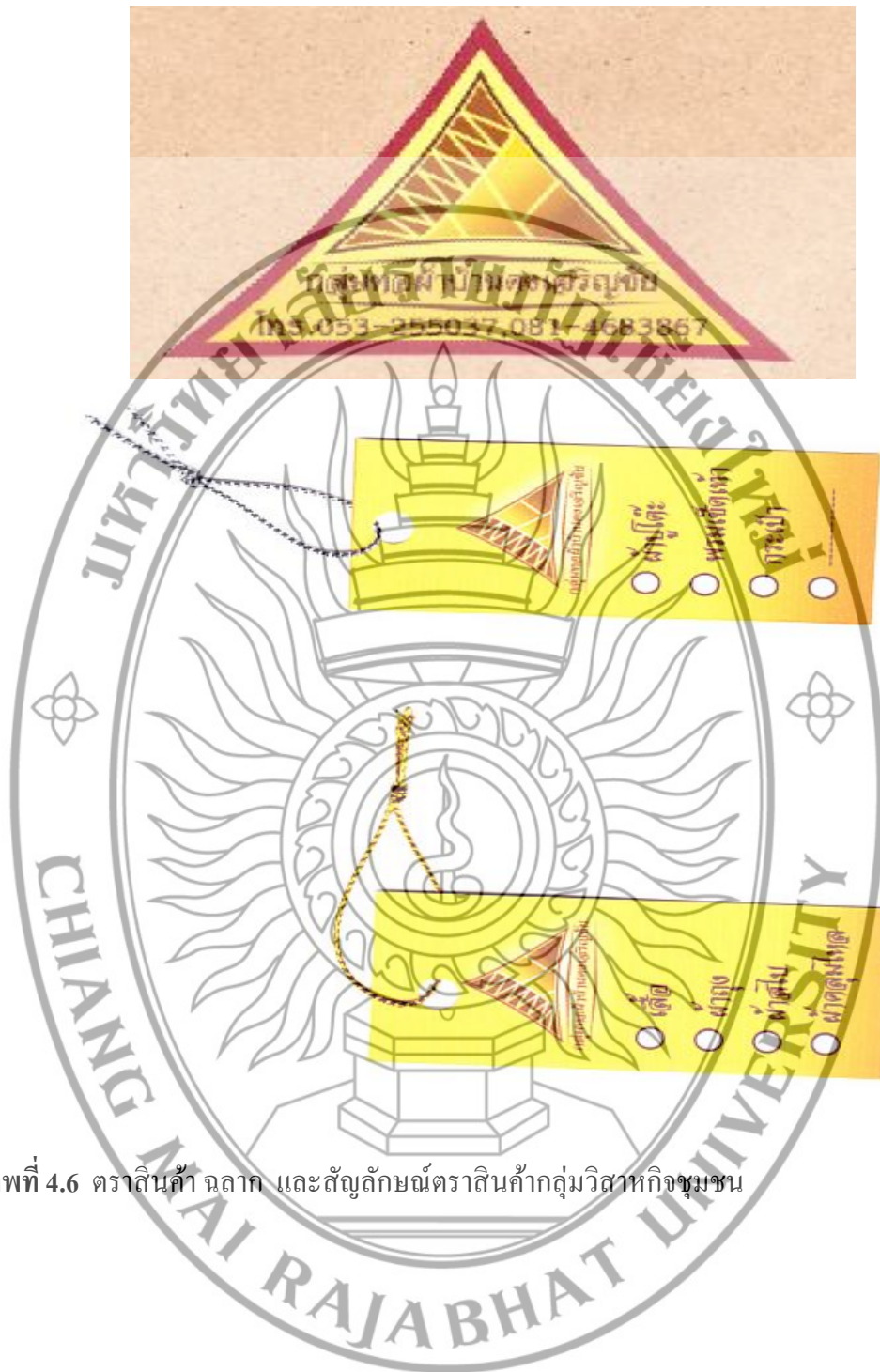
- ผ้าทอลายเอกลักษณ์ที่ดี ต้องกลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัย
- ผ้าทอคุณภาพดีเมืองเชียงใหม่ ต้องผ้าทอของกลุ่มบ้านดงเจริญชัย
- กลุ่มทอผ้าบ้านดงเจริญชัย ความภูมิใจศิลปะผ้าทอล้านนาเชียงใหม่

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่กลุ่มกำหนด มีอยู่หลายแนวคิด ได้แก่

- ผ้าทอลายน้ำไหล สวย ใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย
- ผ้าทอฝีมือคนล้านนา
- คุณภาพดี ราคาเหมาะสม
- ของดีเมืองเชียงใหม่
- ลีลั่น ลวดลาย เป็นเอกลักษณ์

บุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality) กลุ่มกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้าให้เข้ากับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ คือ บทของใช้ส่วนตัวที่ควบคู่กับชีวิตประจำวัน เพราะผ้าฝ้ายทอมือสามารถใช้ประโยชน์ในหลากหลายรูปแบบในชีวิตประจำวัน หรือใช้เป็นของฝากหรือของที่ระลึกได้ หรือสะท้อนถึงความชำนาญรวมถึงการสั่งสมประสบการณ์ของกลุ่มในการทอผ้าลายที่เป็นเอกลักษณ์มายาวนาน

เอกลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity) ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจะใช้เอกลักษณ์ของตราที่สอดคล้องกับวิถีปฏิบัติของกลุ่มและวิถีของพฤติกรรมของกลุ่ม เพื่อสะท้อนไปยังกลุ่มลูกค้าว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ใช้อยู่ นั้นมาจากแหล่งทอผ้าที่มีความชำนาญอย่างแท้จริง



ภาพที่ 4.6 ตราสินค้า นาค และสัญลักษณ์ตราสินค้ากลุ่มวิชาหัตถกรรม

การสร้างบรรจุภัณฑ์



รูปภาพที่ 4.7 (1) การตัดตามรอยแบบบรรจุภัณฑ์ตัวอย่าง



รูปภาพที่ 4.7 (2) การตัดบรรจุภัณฑ์ตามแบบตัวอย่าง



รูปภาพที่ 4.7 (3) การให้คำแนะนำสำหรับบรรจุกัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ



รูปภาพที่ 4.7 (4) บรรจุกัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ



รูปภาพที่ 4.7 (5) บรรลุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ

โครงการที่ 5 : การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือและโครงการสัมมนาเพื่อสรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัย

โครงการจัดการความรู้ทางการตลาดเพื่อพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จัดให้มีกิจกรรมทดสอบตลาด โดยใช้เวลาในการทดสอบตลาดตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2553 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2553 รวมทั้งสิ้น 60 วัน (ก่อนทำโครงการนักวิจัยกำหนดไว้ 45 วัน แต่ร้านค้าแนะนำว่าควรทดสอบตลาดอย่างน้อย 2 เดือนขึ้นไปจึงจะเห็นผลและติดตามผลได้ ดังนั้นในโครงการจึงได้ทดสอบตลาด 60 วัน) ซึ่งโครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ คือ (1) ทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายการตลาดกลุ่มต่าง ๆ (2) เพื่อค้นหาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ จากผู้ขายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อใช้พัฒนาการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจต่อไปในอนาคต

จุดทดสอบตลาด

1. Northern Village ศูนย์การค้าโรบินสันแอร์พอร์ต เป็นส่วนศูนย์การค้าอยู่ชั้น 2 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากและสินค้าท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่และใกล้เคียง รวมทั้งมีส่วนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมทั้งส่งและปลีกให้ผู้ค้ามีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่เข้ามาซื้อสินค้าที่ระลึก สินค้าท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่และใกล้เคียง โดยนำผลิตภัณฑ์จากโครงการทำวิจัยทุกประเภทเข้าไปทดสอบตลาด ภาพถ่ายนักวิจัยโครงการร่วมกับผู้บริหารศูนย์การค้า



ภาพที่ 4.8 (1) จุดทดสอบตลาด ณ Northern Village ศูนย์การค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า



ภาพที่ 4.8 (2) การจัดวางสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ



ภาพที่ 4.8 (3) สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ



ภาพที่ 4.8 (4) สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ พร้อมการทำโปรโมชั่น



ภาพที่ 4.8 (5) สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ ณ Northern Village ศูนย์การค้าโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า

ผลการทดสอบตลาด

จากการสัมภาษณ์พนักงานขายเจ้าของร้าน และผู้บริหารร้านค้าพบปัญหาอุปสรรคและข้อแนะนำ ดังต่อไปนี้

1. โดยรวมผลิตภัณฑ์ชุมชนควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและมีความน่าเชื่อถือให้ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์มาตรฐานในระดับที่สูงขึ้น เพราะจะช่วยสร้างยอดขายได้มาก
2. แผ่นป้ายให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้าสามารถช่วยพนักงานขายได้ทั้งในส่วนการเตรียมข้อมูลการขาย และช่วยให้ข้อมูลแก่ลูกค้าที่ต้องการอ่านด้วยตนเอง
3. จากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อกลุ่มผู้รักสุขภาพส่วนหนึ่งพบว่าทราบคุณสมบัติ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อยู่แล้วและใช้อยู่เป็นประจำสามารถช่วยในการตัดสินใจซื้อ ฉะนั้นแผ่นป้ายให้ข้อมูลจึงสามารถสื่อสารการตลาดได้ระดับหนึ่ง
4. การทดสอบผลิตภัณฑ์มีผลิตภัณฑ์วางบนชั้นน้อยเกินไป เนื่องจากการมีผลิตภัณฑ์วางจำนวนมากจะดูน่าเชื่อถือมากกว่า
5. ควรมีการทำการส่งเสริมการตลาดในทุกช่วงเทศกาลในผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีหรือฤดูกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์ควรลดราคาผ้าทอพื้นเมือง เทศกาลปีใหม่ควรลดราคาผลิตภัณฑ์ที่ได้กระเช้าเพื่อให้เป็นของขวัญคนอื่น เป็นต้น

โครงการสัมมนาเพื่อสรุปผลการวิจัยและการนำเสนอผลการวิจัย

โครงการสัมมนาเพื่อสรุปผลการวิจัย แบ่งการสัมมนาเป็น 4 ช่วง ประกอบด้วยงานเปิดงานสัมมนาโดยผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผศ.มนตรี ศิริจันทร์ชื่น สรุปผลการวิจัยโดยกลุ่มวิสาหกิจทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ นำเสนอผลการวิจัยโครงการโดยคณะผู้วิจัย และการให้การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องโดยคณะผู้บริหารเทศบาลตำบลหนองแห้ง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เนื้อหาการสัมมนามีดังต่อไปนี้

1. การจัดงานสัมมนา ณ โรงแรมชาโต ริมคลองชลประทาน จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้อำนวยการสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผศ.มนตรี ศิริจันทร์ชื่น กล่าวเปิดงาน และแนะนำมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่มีภารกิจจัดการเรียนการสอนและบริการชุมชนแก่จังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนการบริการชุมชนมหาวิทยาลัยให้บริการ ทั้งด้านสถานที่การจัดประชุม สัมมนาที่หน่วยงานและชุมชนสามารถเข้ามาขอใช้บริการได้ และการประสานงานกับศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดเชียงใหม่ ที่อยู่ในบริเวณตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนมีทำเลเหมาะสมกับการวางจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มวิสาหกิจต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

2. การสรุปการวิจัยโดยกลุ่มวิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการ หัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจ คุณมะลิ บุญเพิ่มพูน ได้พูดถึงประวัติความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจแบบคร่าว ๆ ว่าเกิดการรวมกลุ่มกันเมื่อประมาณ ปี พ.ศ. 2543 ในครั้งแรกมีจำนวนสมาชิกไม่มากและมีการลงทุนโดยขายหุ้นให้แก่สมาชิกในราคาหุ้นละ 100 บาท และได้รับเงินสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐในขณะนั้น คือ องค์การบริหารตำบลหนองแห้ง (อบต.) จำนวน 50,000 บาท มีการจัดตั้งกลุ่มโดยให้คุณ มะลิ บุญเพิ่มพูนเป็นประธานกลุ่ม และมีการจัดโครงสร้างกลุ่ม การมอบหมายหน้าที่ให้สมาชิกทุกคนแบบไม่เป็นการไม่มีการใช้หลักวิชาการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มฯ ในด้านการผลิตครั้งแรกมีการทอผ้าโดยใช้แบบอย่างจากลายผ้าทอจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นพื้นเพเดิมของประธานกลุ่ม ผสมผสานกับลายผ้าทอจังหวัดลำพูนของรองประธานกลุ่มที่มีพื้นเพเป็นคนลำพูน มีการคิดและปรับแต่งรูปแบบการทอผ้าให้มีลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ยากต่อการลอกเลียนแบบ ใช้ชื่อว่า “ลายดอกจันทร์ 8 กลีบ” และทอผ้าขายให้กับกลุ่มเป้าหมายในราคาที่คิดกันขึ้นมาเอง โดยไม่มีการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ กลุ่มเป้าหมายของกลุ่มทอผ้าเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป และชาวเชียงใหม่ที่มีความชื่นชอบผ้าทอลายสวยงาม แต่ทางกลุ่มก็ยังไม่สามารถหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นอุปสรรคที่ทางกลุ่มเผชิญอยู่จนถึงปัจจุบัน กอปรกับเงินทุนของกลุ่มที่มีอยู่อย่างจำกัดเพราะทุกคนมีอาชีพหลักคือ ทำสวน ทำไร่ และหาเวลาว่างมาทอผ้าเป็นงานอดิเรก ทำให้มีผลผลิตที่ไม่สม่ำเสมอและไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ การสนับสนุนจากภาครัฐก็ได้รับเพียงบางส่วนและในบางครั้งไม่เพียงพอก็ต้องมีการร้องขอเพิ่มเติม แต่เมื่อทางกลุ่มได้เข้าร่วมกับงานวิจัยนี้แล้ว คุณมะลิ กล่าวว่า โดยภาพรวมด้านการตลาดกลุ่มวิสาหกิจเห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดของโครงการวิจัยฯ กลุ่มวิสาหกิจที่มีความเข้มแข็งระดับหนึ่ง เช่น การจัดตั้งกลุ่มการบริหารด้านการตลาดและการผลิตให้ได้มาตรฐานระดับ OTOP 5 ดาวในอนาคต รวมถึงอยากให้มีการเข้ามามีส่วนร่วมอย่างนี้ต่อไปเรื่อย ๆ

3. สรุปโครงการการจัดการความรู้ทางการตลาดเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า หมู่ 6 บ้านดงเจริญชัย ตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำเสนอตามวัตถุประสงค์โครงการ ดังต่อไปนี้

(1) เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพในการดำเนินการด้านการตลาดของกลุ่ม ฯ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจพบโอกาสจากกระแสตลาดสินค้าหัตถกรรมของไทย ความนิยมการท่องเที่ยวในระยะยาว และการสนับสนุนจากภาครัฐ และการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา และหน่วยงานราชการ พบอุปสรรคเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงปีพ.ศ.2551 และ 2552 โครงการพบศักยภาพกลุ่มในการดำเนินงานการตลาดที่มีจุดแข็งจากกลุ่มมีภูมิปัญญาในการทอผ้า

ตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิสาหกิจมีจุดอ่อนที่ยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์บางรายการมีราคาแพงกว่าคู่แข่งชั้น รวมทั้งกลุ่มยังต้องการเพิ่มความรู้ด้านการทอผ้า และทักษะการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน

(2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมฯ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นักวิจัยและกลุ่มวิสาหกิจร่วมกันพัฒนาขอบเขตตลาดจากเดิมที่กลุ่มวิสาหกิจผลิตสินค้าขายปลีกให้แก่ ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค โดยไม่มีตราสินค้าของตนเอง กลุ่มวิสาหกิจฯ ดังกล่าวได้ร่วมกันนักวิจัยพัฒนาตราสินค้าของตนเองขายส่งให้แก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีการกำหนดร่วมกัน

- ด้านการจัดการตราสินค้า กลุ่มวิสาหกิจที่ยังไม่มีตราสินค้าของตนเองได้พัฒนาตราสินค้าขึ้นโดยการกำหนดชื่อตราสินค้า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และสัญลักษณ์ตราห้อย แผ่นป้ายฉลากและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทำให้ทุกกลุ่มวิสาหกิจมีตราสินค้าเป็นของตนเอง

- ด้านการเลือกตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจทุกกลุ่ม มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของตนเอง มีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านประโยชน์ด้านอารมณ์ การเลือกกลุ่มเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ถูกประเมินจากการทดสอบตลาดพบว่า กลุ่มเป้าหมายตอบรับผลิตภัณฑ์ในระดับดีในกลุ่มนักท่องเที่ยว

- ด้านการมีส่วนร่วมผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจและนักวิจัยได้ออกแบบส่วนร่วมผลิตภัณฑ์แล้วนำไปทดสอบตลาด ผลการวิจัยพบว่าการจัดการราคาของกลุ่มวิสาหกิจร่วมกับนักวิจัยทำการทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ โดยการทดสอบการตั้งราคาขายปลีกด้วยตนเองและผลการตั้งราคาพบว่าราคาที่กำหนดเป็นราคาที่เหมาะสม เพียงแต่บางผลิตภัณฑ์พบว่าขนาดบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจทำให้ยอดขายต่ำ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า แหล่งขายมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมและมีชื่อเสียงในตลาดที่ดีจะทำให้มียอดขายที่ดียิ่งขึ้น

4. สรุปความสนับสนุนจากหน่วยงานราชการและสถานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

(1) นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลหนองแห้งและปลัดเทศบาลตำบลหนองแห้ง ได้กล่าวถึงแนวทางการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจว่า มีแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอยู่แล้วแต่อาจจะยังไม่สอดคล้องกับโครงการวิจัย แต่ก็หาวิธีการร่วมกันพัฒนาในโครงการต่อไป โดยจะให้มีการเสนอโครงการเข้าไปร่วมกับการวางแผนเพื่อจัดหางบประมาณสนับสนุนให้อย่างถูกต้องตามความต้องการของวิสาหกิจ

(2) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้ให้แนวทางการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจว่า จะให้การส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มวิสาหกิจนำสินค้าไปจัดแสดงและขายให้แก่บุคลากรและ

ผู้สนใจทั่วไปในงานแสดงสินค้าชุมชนภายในมหาวิทยาลัยที่ถูกจัดขึ้นเป็นประจำ เพราะจะได้ตอบสนองต่อนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้มีการใช้สินค้าของไทยภายในประเทศร่วมกับการดำเนินรอยตามพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

(3) กำนันตำบลหนองแห้ง อำเภอสันทราย ได้กล่าวว่าจะให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า โดยการส่งเสริมการผลิตสินค้าตามมาตรฐานคุณภาพ OTOP ให้ได้ระดับมาตรฐาน 5 ดาว และสนับสนุนการจัดตั้งและจดทะเบียนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่อยู่ในชุมชนเดียวกันด้วย เช่น กลุ่มเพาะเห็ด กลุ่มจักสาน กลุ่มลูกประคบสมุนไพร และกลุ่มผักปลอดสารพิษ ฯลฯ



ภาพที่ 4.9 (1) การจัดสัมมนาสรุปผลการศึกษาโครงการวิจัยฯ ณ โรงแรมชาโต จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 4.9 (2) ผู้อำนวยการสำนักวิจัย ฯ กล่าวเปิดการสัมมนา ฯ



ภาพที่ 4.9 (3) ผู้เข้าร่วมสัมมนาสรุปผลการศึกษาโครงการวิจัย ฯ ณ โรงแรมชาโต จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 4.9 (4) หัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ร่วมวิจัยดำเนินการสัมมนา



ภาพที่ 4.9 (5) ประธานกลุ่มวิสาหกิจแนะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ



ภาพที่ 4.9 () ประธานกลุ่มวิสาหกิจแนะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจให้คณะผู้วิจัย