



ที่มา : พลเอก ดาวพงษ์ รัตนสุวรรณ
องคมนตรี ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมหมู่บ้านต้นแบบ
ที่มีการบริหารจัดการชุมชนอย่างเป็นระบบ
ณ ศูนย์การเรียนรู้ วิทยาลัยว้าววิทยา
บ้านห้วยบง จังหวัดอุตรดิตถ์

การเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์หนองนา ด้วยกลไกการมีส่วนร่วม

Increasing Competency of Crochet Local Product in Nong-Now with Participation

กาญจนา รัตนธีรวิเชียร^{1*} ฐานันตร์ โตะธอม¹
Kanjana Ruttanateerawichien^{1*}, Thanan Toathom¹

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ด้วยกลไกการมีส่วนร่วม ได้ทำการหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์หนองนา ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นำเอาอัตลักษณ์ของงานฉลุตามแบบล้านนามาสร้างสรรค์ลวดลาย ผสมผสานเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองลูกค้าทั้งด้านขนาด รูปทรง ลวดลายให้เหมาะสมกับการใช้งาน และความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ เสื้อ ผ้าคลุม และโคมไฟ สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มวางไว้ คือ ถุงกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของฝาก รวมถึงการสื่อสารตราสินค้าของกลุ่มในบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น ช่องทางการจัดจำหน่ายจากการสร้างร้านค้าออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลาส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น สามารถแข่งขันในตลาด เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชนสมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ มีส่วนร่วม หนองนา

¹ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

* E-mail: delphijava@hotmail.com

Abstract

The research study about increasing competency of local crochet product in Nong-Now with participation was to find the approach to increase crochet product potential by developing new product to obtain additional values. Moreover, New products was designed by adapting Lanna perforation specialty to create patterns integrated to be satisfied customer products in sizes, shapes and patterns to be matched with usage and customers' requirements such as blouse, ponchos and lampshades as new products. Besides, package creation according to product positioning planned by the Crochet Group were paper bags for containing products as souvenirs. This included brand communication of the Group from the packages to develop brand recognition to customers. Furthermore, additional purchasing channels from online store for selling product through e-marketing system facilitated customers to purchase all the time resulting in sales increase.

Keywords: Product Potential, Crochet Product, Participation, Nong-Now

บทนำ

สถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงขึ้นประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาด การพัฒนาท้องถิ่นเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนและสามารถพึ่งตนเองได้เป็นการยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนภายในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการสนับสนุนให้ชุมชนมีการประสานพลังภายในชุมชนเพื่อยกระดับภูมิปัญญาและแสวงหาทรัพยากรภายในท้องถิ่นมาเพิ่มคุณค่าหรือประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เน้นให้มีการพัฒนาทุนเดิมภายในท้องถิ่นและนำมาสร้างเป็นเอกลักษณ์ คุณลักษณะเฉพาะและจุดขายของชุมชนตนเอง

อำเภอแจ้ห่มมีลักษณะ สภาพทั่วไปเป็นป่าและภูเขา มีพื้นที่ราบประมาณ 1 ใน 4 ของพื้นที่ทั้งหมด พื้นที่ราบส่วนใหญ่เป็นที่นาและไร่ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ทำนา ทำไร่ ทำสวน เลี้ยงสัตว์ และหัตถกรรม บางส่วนรับจ้างซึ่งมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ภูมิปัญญาของชาวแจ้ห่ม หมู่บ้านหนองนาว ตำบลแจ้ห่ม อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง มีอัตลักษณ์ของชุมชน คือ

แจ้ห่มเมืองบุญ	อบอุ่นวัฒนธรรม
เลิศล้ำน้ำปู	เชิดชูน้ำผัก
ผ้าถักห้าดาว	หนองนาวแจ้ห่ม

จากอัตลักษณ์ดังกล่าวคณะผู้วิจัยได้ทำการจัดเวทีประชุม และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าสักโครเซตพบว่า การผลิตสินค้าเป็นการพัฒนาสินค้า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เอกภลักษณ์ของสินค้าส่วนใหญ่มาจากการนำเอาประวัติศาสตร์ วิถีทางในการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีอยู่เป็นพื้นฐานในการผลิตสินค้า โดยการดำเนินงานของกลุ่มผ้าสักโครเซตไก่อ้าพญาลือและกลุ่มผ้าสักโครเซตหงส์ฟ้ามีการดำเนินงานดังนี้

1. ด้านการผลิต มีการรับสั่งทำผ้าสัก การรับเส้นด้ายถักและการจำหน่ายผ้าสัก จะใช้บ้านประธานกลุ่มเป็นศูนย์กลาง สมาชิกจะแยกย้ายกันถักผ้าที่บ้านตนเอง ไม่ได้รวมกัน ณ จุดเดียว ปัญหาหลักคือเรื่องของการผลิตให้ได้คุณภาพตามมาตรฐาน เนื่องจากเป็นงานฝีมือ ปัญหาความไม่คงเส้นคงวาของมาตรฐานการผลิต ความไม่ชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายในการผลิตและการจัดจำหน่าย ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริงซึ่งมีผลต่อการกำหนดราคาขายของสินค้า

2. ด้านการจัดจำหน่าย มีการจำหน่ายสินค้า ณ สถานที่ผลิต งานแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด ขาดบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าที่ได้มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์จะมีการจัดทำและใช้งานเมื่อมีการส่งผลิตภัณฑ์ไปคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เท่านั้น จึงไม่มีมาตรฐานในการปฏิบัติอย่างจริงจัง และช่องทางการจัดจำหน่ายไม่หลากหลาย อีกทั้งปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า เนื่องจากไม่มีการเก็บข้อมูลลูกค้าที่มาสั่งซื้อสินค้า ในกรณีที่ผู้ประกอบการนำสินค้าไปขาย ตามงานแสดงสินค้า หากลูกค้าอยากสั่งซื้อสินค้านั้นอีกก็ทำได้ยากเนื่องจากปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย

3. ด้านความสามารถทางการแข่งขัน มีข้อจำกัด ได้แก่ ความสามารถเชิงเทคโนโลยีและนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิต และการบริหารจัดการของธุรกิจ

การเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าสักโครเซตด้วยกลไกการมีส่วนร่วมนั้น อาศัยการทำงานร่วมกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นนักวิจัย กลุ่ม หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนก็ตาม เพื่อให้เกิดการพัฒนาหรือการเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าสักโครเซตซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่มีการรวมตัวกันเป็นวิสาหกิจชุมชนจำนวน 2 กลุ่ม คือกลุ่มผ้าสักโครเซต (ไก่อ้าพญาลือ) และกลุ่มสตรีสหกรณ์เครดิตยูเนียนสหราษฎร์ออมทรัพย์ (หงส์ฟ้า) เพื่อทำการผลิตสินค้าด้วยวิธีการถักด้ายด้วยเข็มโครเซต เป็นลวดลายที่สวยงามและสร้างสรรค์สินค้าที่หลากหลาย ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค ส่งผลให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้จากการผลิตและขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนำมาใช้จ่ายในครอบครัวเป็นอาชีพเสริมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านอีกทางหนึ่ง และด้วยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต หรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็ตาม เป็นสิ่งที่ปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้ ดังจะเห็นได้ว่าได้มีการนำเครื่องจักรเข้ามาทำงานแทนมนุษย์ทำเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น การทอผ้า การทอลูกไม้ แล้วนำมาตัดเป็นเสื้อผ้าของใช้ต่างๆ ทดแทนการถักด้วยเข็มโครเซต ดังนั้นหากกลุ่มไม่มีการพัฒนา หรือเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตก็อาจถูกกลืนด้วยการแทนที่ของเทคโนโลยีได้

จากปัญหาและข้อจำกัดดังกล่าวผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนและเป็นการยกระดับการบริหารจัดการของชุมชนและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน ด้วยกลไกของงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีการจัดการความรู้ในการ

ขับเคลื่อน ให้มีศักยภาพ ยกระดับธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ภูมิปัญญา นวัตกรรมชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน วัตถุประสงค์ภายในชุมชน ผ่านการจัดการเชิงบูรณาการแบบมีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่น ภายใต้ฐานทรัพยากร ชุมชนและระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียง โครงการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ด้วยกลไกการมีส่วนร่วม จัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้การเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา อนุรักษ์และบริหารจัดการองค์กรและชุมชนท้องถิ่นให้เชื่อมโยง เป็นเครือข่ายในระดับอำเภอและจังหวัดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ด้วยกลไกการมีส่วนร่วม
2. เพื่อจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ การเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์

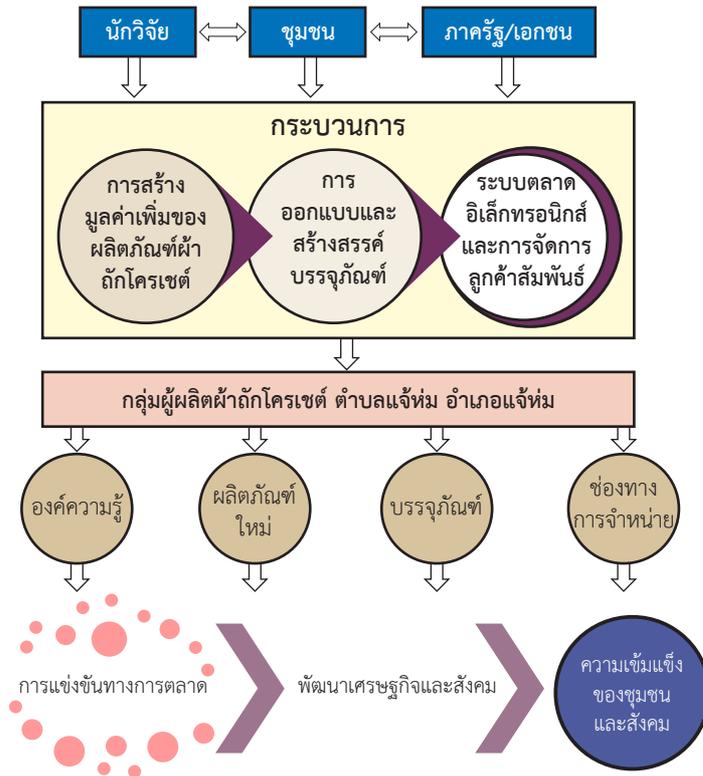
ขอบเขตของการวิจัย

ด้านประชากร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าถักโครเชต์ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผ้าถักโครเชต์ไก่ฟ้าพญาลือ และกลุ่มสตรีสหกรณ์เครดิตยูเนียนสหราษฎร์อ้อมทรัพย์ (กลุ่มหงส์ฟ้า)

ด้านพื้นที่ ตำบลแจ้ห่ม อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง

ขอบเขตด้านระยะเวลา 1 ปี มกราคม - ธันวาคม 2559

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีการดำเนินการวิจัยโดยใช้เครื่องมือการวิจัยที่ใช้การสัมภาษณ์ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดเวทีเสวนา แบบสอบถาม มีรายละเอียดเครื่องมือในการดำเนินงานจำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ด้วยกลไกการมีส่วนร่วม ใช้เครื่องมือการจัดเวที การสนทนากลุ่ม โดยตั้งประเด็นในการสนทนา การศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์

2. จัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ ระบบจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยตามต้นแบบ SDLC (System Development Life Cycle) ดังนี้

2.1 การสำรวจและรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนนี้เป็นการเก็บข้อมูล ตรวจสอบและค้นหาความเป็นไปได้ หรือเป็นการกำหนด/หาปัญหาและคำถามงานวิจัย เพื่อให้ทราบว่าโครงการวิจัยนี้ควรมีแนวทางปฏิบัติอย่างไร ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ จัดเวทีระดมความคิดเห็นเพื่อกำหนดปัญหา แนวทางการแก้ปัญหา ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นโดยข้อมูลที่ได้จากเอกสาร เพื่อให้ทราบแนวทางดำเนินงานวิจัยและกิจกรรมการวิจัย จัดเวทีเสวนากับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

2.2 การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการ เป็นขั้นตอนการค้นหาสาเหตุและรวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้นของระบบการจัดเก็บองค์ความรู้ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายโครเชต์ ทั้งด้านการผลิต คือแบบลวดลาย กระบวนการ ถักชิ้นงานหรือผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริงของระบบโดยการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์กับปัญหาที่เกิดขึ้นและนำไปสู่แนวทางในการแก้ปัญหา โดยการจัดเวทีเสวนากับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

2.3 การออกแบบระบบ เป็นการแปลงความต้องการของกลุ่ม นำแนวทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้าใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นการออกแบบระบบที่กระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยนำผลจากการวิเคราะห์ระบบงานและความต้องการมาออกแบบระบบใหม่ในรูปแบบของการสร้างหรือพัฒนาระบบจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูล

2.4 การสร้างหรือพัฒนาระบบ ขั้นตอนนี้เป็นการพัฒนาหรือเขียนโปรแกรม แล้วทำการทดสอบระบบให้ตรงตามความต้องการที่กำหนดไว้ ซึ่งรวมถึงการใช้ทดสอบโปรแกรมเพื่อค้นหาข้อผิดพลาด และดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด ก่อนที่จะนำโปรแกรมนั้นมาติดตั้งและใช้งานระบบ โดยการทดสอบของสมาชิกกลุ่มและผู้เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบเป็นผู้ร่วมทดสอบ

2.5 การติดตั้งระบบ เตรียมการติดตั้งและทดสอบการใช้งานในสภาพแวดล้อมจริงกับผู้ใช้งานระบบ ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งจะดำเนินการวิจัยและรายงานผลในระยะต่อไป

2.6 การปฏิบัติงานและให้ความช่วยเหลือ จากการใช้งานระบบบนสภาพแวดล้อมการทำงานจริงหรือบนอินเทอร์เน็ต คณะวิจัยจะทำการดูแลและให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงานของผู้ใช้งานระบบ พร้อมถึงการประเมินผลการวิจัย ซึ่งจะดำเนินการวิจัยและรายงานผลในระยะต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะถูกนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยสรุปเนื้อหาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมมีการตรวจสอบข้อมูลจากชุมชนและคณะนักวิจัยและนำมารวบรวมวิเคราะห์ จัดทำเอกสาร ใช้การบรรยายแบบพรรณนาวิเคราะห์เพื่ออธิบายให้เห็นถึงกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานและความสำเร็จของการดำเนินงาน

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ด้วยกลไกการมีส่วนร่วม ได้ทำการหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ทำการจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ ต่าบลแจ้ห่มผ่านเว็บไซต์

การวิเคราะห์ศักยภาพภายในของกลุ่มผ้าถักโครเชต์โก๊ฟ้าพญาลือ และกลุ่มสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนสหราษฎร์อ้อมทรัพย์ (หงส์ฟ้า) พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีความต้องการพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเจาะจงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ อีกทั้งการสร้างช่องทางในการติดต่อลูกค้าใหม่และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่ใช้ในการส่งประกวดการคัดสรรสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่จะเป็นการสร้างการจดจำที่ดีของลูกค้าและเป็นข้อมูลรายละเอียดในการติดต่อกับทั้ง 2 กลุ่มผู้ผลิตผ้าถักโครเชต์ จึงมีการดำเนินการพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีการเชิญวิทยากรด้านการออกแบบมาให้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสินค้า การวางแนวคิดของผลิตภัณฑ์ก่อนการผลิต โดยเริ่มต้นจากการค้นและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวโน้มความเป็นไปได้ หาข้อมูลสินค้าที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน การแข่งขันกันในตลาด จากนั้นหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้ต้นทุนเดิมของกลุ่มมาสร้างความได้เปรียบ ซึ่งก็คือเอกลักษณ์จากการถักที่มีความละเอียดและสามารถถักได้หลายขนาดหลายลวดลาย มีการใช้วัสดุคือด้ายสังเคราะห์ 85% ที่ใช้สำหรับสานแหซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าเส้นด้ายปกติ มีสีขาวเพียงสีเดียว ซึ่งแตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันที่ถักในตลาด และลวดลายที่กลุ่มถักนั้นเป็นการผสมผสานกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นคือลวดลายการฉลุไม้ตามแบบล้านนา แล้วสามารถนำมาประยุกต์ได้หลากหลาย กลุ่มทำการพัฒนางานออกแบบโดยใช้แนวทางการวาดภาพประกอบแนวคิดขึ้นมาก่อน รวมถึงกำหนดขนาด เพื่อให้สามารถใช้งานได้จริงและความเหมาะสมของการถักโครเชต์ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน จากนั้นทดลองผลิตต้นแบบขึ้น และถ่ายทอดให้กับสมาชิกในกลุ่ม

จากแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มเห็นความสำคัญในการออกแบบและได้ดำเนินการพัฒนา ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ การตัดสินใจเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาและทำการตลาดสำหรับตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องเน้นการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก และบริการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้านการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มผ้าถักโครเชต์โก๊ฟ้าพญาลือ และกลุ่มสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนสหราษฎร์อ้อมทรัพย์ (หงส์ฟ้า) ก่อนการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยการจัดจำหน่ายที่ทางกลุ่มจำหน่ายให้กับลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยทางตรงจากการที่ลูกค้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ ณ ที่ทำการกลุ่มโดยไม่ผ่านคนกลาง ส่งผลให้กลุ่มได้รับเงินจากการขายมากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงเทศกาล ลูกค้าในบริเวณใกล้เคียงจะมาซื้อสินค้าจากทางกลุ่มเพื่อไปเป็นของขวัญ ของที่ระลึก การขายสินค้าให้ลูกค้าโดยตรงสามารถกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อได้ดีกว่าการขายผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย แต่ก็มีข้อเสียคือ การจัดจำหน่ายที่ไม่ทั่วถึงการหาซื้อสินค้าของกลุ่มยากเนื่องจากต้องเดินทางไปซื้อที่อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง หรือตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่กลุ่มไปร่วมจำหน่ายสินค้าแต่กลุ่มก็ไม่ได้ออกไปจำหน่าย

ทุกงานที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจัด หลังดำเนินการวิจัย การจำหน่ายสินค้าของกลุ่มจึงมีการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ โดยกลุ่มได้ใช้งานเว็บไซต์ และมีการขายผ่านทางเว็บไซต์ www.imeedee.com ช่องทางอ้อมเป็นการจำหน่ายผ่านคนกลางซึ่งจำหน่ายอยู่ที่ตลาดจตุจักร กรุงเทพฯ โดยคนกลางจะสั่งให้กลุ่มหงส์ฟ้าผลิตสินค้าให้เป็นประจำ

ด้านการจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ ตำบลแจ้ห่ม เนื่องจากกลุ่มดำเนินการถักโครเชต์มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มีสมาชิกจำนวนมากตลอดถึงลวดลายที่กลุ่มได้ถักก็มีเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการจัดเก็บลวดลายในการถักโครเชต์ไว้ รวมถึงผลงานที่กลุ่มได้ถัก จึงมีการจัดเก็บไว้บนเว็บไซต์ เป็นลักษณะการทำงานของระบบฐานข้อมูลมีการออกแบบรายละเอียดเกี่ยวกับการนำเข้าข้อมูลและนำมาแสดงผล ออกแบบให้สามารถ ค้นหา เพิ่ม แก้ไข บันทึก ยกเลิก และแสดงผลข้อมูลที่ต้องการ ตลอดถึงมีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ที่เกิดจากการดำเนินโครงการวิจัยจัดทำเป็นเอกสารให้ความรู้ไหลผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้สนใจต้องการหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ระบบจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ที่ใช้งานได้ผ่านเว็บไซต์ <http://www.mgacademic.com/crochet/> ประกอบด้วย องค์ความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ ปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าถักโครเชต์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ ซึ่งสมาชิกสามารถเพิ่มบทความ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับผู้สนใจต่อไป

จากการเก็บข้อมูลในการดำเนินโครงการวิจัยเพื่อนำไปสู่การขยายผลนั้น ได้มีการดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเมื่อวันที่ 12-13 พฤศจิกายน โดยจัดเป็นกิจกรรมบริการวิชาการสู่สังคม หลักสูตรการสร้างตลาดออนไลน์ หลักสูตรการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้กับทางกลุ่ม และผู้สนใจในอำเภอแจ้ห่ม อีกทั้งได้ขยายผลไปสู่อำเภอแม่เมาะโดยการสร้างเป็นหลักสูตรอบรมที่สอดคล้องเนื้อหาที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัยอันได้แก่โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสำหรับจำหน่าย ผ่านระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพ และผู้ประกอบการ OTOP ให้ความสนใจโดยมีการอบรมเชิงปฏิบัติการในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการขายสินค้าผ่านระบบการตลาดออนไลน์ในเว็บไซต์ www.imeedee.com ซึ่งเป็นผลมาจากโครงการวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ ด้วยระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงโครงการออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์อีกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อไป

การดำเนินงานในการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ประกอบไปด้วย

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและทำการนำปัจจัยนั้นมาสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ การจัดจำหน่าย ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจของลูกค้า ตัวผลิตภัณฑ์ คุณค่าที่เหนือกว่า และความคุ้มค่าของสินค้า โดยที่ทั้ง 7 ปัจจัยนี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ของตำบลแจ้ห่มได้ โดยนำมาดำเนินตามกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า โดยนำปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ผ่านการพิจารณาร่วมกันของกลุ่มในกระบวนการผลิต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็นกิจกรรมในกระบวนการผลิตเป็น 3 ช่วงกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมก่อนการผลิต ระหว่างการผลิตและหลังการผลิต

1.1 กิจกรรมก่อนการผลิต พบปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่ม 2 ปัจจัย คือคุณค่าที่เหนือกว่า แสดงถึงผลิตภัณฑ์มีผลงานวิจัยรับรอง ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ และปัจจัยด้านความคุ้มค่าของสินค้า สามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยมีการผลิตสินค้าตามแบบที่ลูกค้าต้องการโดยลูกค้าจะแจ้งความต้องการสินค้า แล้วให้ทางกลุ่มส่งชิ้นงานตัวอย่างไปให้ลูกค้า

1.2 กิจกรรมระหว่างการผลิต พบปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการนี้ คือ มุ่งสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ให้ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม มีสินค้าตลอดเวลาไม่ขาดแคลน ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย ราคาคุ้มค่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ทนทาน ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการใช้ของลูกค้า ด้านความคุ้มค่าของสินค้า สามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะ มีการปรับปรุงลดทอนของผลิตภัณฑ์ กระบวนการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนการจำหน่าย

1.3 กิจกรรมหลังการผลิตกลุ่มมุ่งเน้นด้านการจัดจำหน่ายการหาซื้อผลิตภัณฑ์ลูกค้าสามารถหาซื้อได้ง่าย เวลาและสถานที่ในการเข้าถึงสินค้ามีความสะดวก มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย การบรรจุหีบห่อเหมาะสมสวยงาม สามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ทุกสถานที่ สามารถส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าตามเวลา และผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ กลุ่มมีการหาพันธมิตรทางการค้า ได้แก่ กลุ่มหมอนสุขภาพ สุขสวัสดิ์ซึ่งจะจำหน่ายหมอนที่นำผ้าถักโครเชต์ของกลุ่มไปเป็นส่วนประกอบในการออกแบบสินค้าหมอนลายใหม่ๆ ออกมาวางจำหน่ายและโฆษณาขายสินค้าในเว็บไซต์ตลาดออนไลน์ อีกทั้งร้านบัว ดีไซด์ก็ได้นำผ้าถักโครเชต์ของกลุ่มมาในการตกแต่งเสื้อผ้าฝ้ายที่ทางกลุ่มออกแบบและจำหน่ายเองทำให้เกิดเป็นพันธมิตรทางการค้าด้านการวางจำหน่ายสินค้าขยายเพิ่มขึ้นไป



ภาพที่ 2 แสดงผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม

การสร้างสรรคคุณค่าเพื่อส่งมอบคุณค่าให้ผู้บริโภค ด้านการผลิตจะผลิตตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลักทั้งแบบ ลวดลาย และขนาดที่ลูกค้าต้องการโดยมีการผลิตสินค้าต้นแบบให้กับลูกค้าพิจารณา ก่อนการสื่อสารทางการตลาดเน้นให้เห็นความสำคัญของเสน่ห์งานถักโครเชต์ซึ่งกลุ่มนำเสนอ ลวดลายสวยงามนั้น เกิดจากความตั้งใจ ความประณีตในการสร้างสรรค์ผลงาน และสามารถส่งผลิตได้ตามขนาดและลวดลายที่ลูกค้าต้องการ มีการสร้างสรรค์ลายถักโครเชต์ขึ้นใหม่ไม่ว่าจะเป็นการผสมลวดลายที่มีอยู่เดิมคือคิดลาย

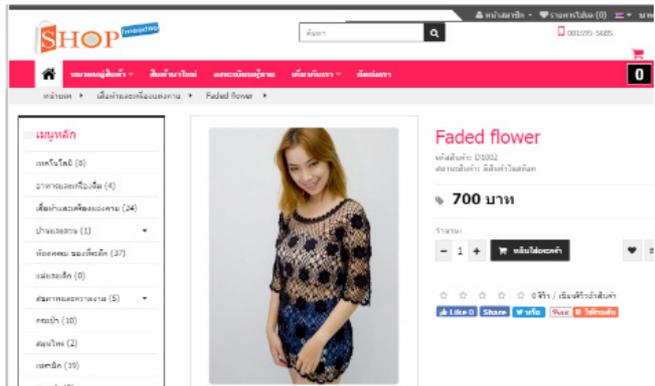
ขึ้นมาใหม่ก็ตาม อีกทั้งลูกค้าสามารถสั่งผลิตตามรูปแบบและขนาดที่ลูกค้าต้องการได้ เกิดการสร้างสรรค
ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ดังภาพที่ 2 อย่างต่อเนื่อง

2. การออกแบบและสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ส่วนใหญ่มีรูปแบบที่หลากหลาย
จึงยากต่อการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ แต่จากการดำเนินงานของกลุ่มที่วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อเป็น
ของฝาก ของที่ระลึก และของใช้ทั่วไป เช่น เสื้อ กระเป๋า จึงสามารถสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มตาม
ความต้องการของกลุ่มและการใช้งานตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มวางไว้ ดังนี้ คือ 1. ถุงกระดาษสำหรับ
ใส่ผลิตภัณฑ์ 2. บรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของฝาก โดยสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ได้จำนวนหลายชิ้น
วิธีการออกแบบ มีการนำอัตลักษณ์ของผ้าถักโครเชต์มาใช้ในการออกแบบ และนำอัตลักษณ์ความเป็นแจ้หม
มาใช้ในการออกแบบลงไปบรรจุภัณฑ์ดังภาพที่ 3 เพื่อให้ผู้บริโภคได้นึกถึงผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน
เน้นความทันสมัยในการออกแบบ และพัฒนาผลงานบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการสื่อสารตราสินค้าของกลุ่ม
ในบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำให้กับลูกค้า เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าเมื่อใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวแล้ว และทำให้
ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้นเมื่อต้องการนำไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึกต่อไป



ภาพที่ 3 แสดงบรรจุภัณฑ์ใหม่

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการดำเนินการวิจัยในส่วนของสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด
ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ้าถักโครเชต์ด้วยระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แสดงหน้าเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า

ในส่วนของการพัฒนาระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และส่วนของการสร้างช่องทางบริหารจัดการจำหน่าย มีผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการความสัมพันธ์ แสดงดังตารางที่ 1 ด้านการออกแบบ ผู้ประเมินมีความพึงพอใจในเรื่อง “การจัดวางตำแหน่งเมนูการใช้งาน รูปภาพและโมดูลต่างๆ” มากที่สุด ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ในด้านการใช้งาน ผู้ประเมินมีความพึงพอใจในเรื่อง “การจัดการลูกค้าสัมพันธ์” มากที่สุด ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดี เนื่องจากมีความง่ายในการติดตามและส่งข้อมูลที่ลูกค้าสนใจได้เฉพาะกลุ่ม และด้านประสิทธิภาพ ผู้ประเมินมีความพึงพอใจในเรื่อง “ความถูกต้องของการประมวลผล” มากที่สุด ซึ่งมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากไม่มีความผิดพลาดในการคำนวณการประมวลผลด้านข้อมูลที่มีการจัดเก็บ ซึ่งทำให้เห็นถึงทิศทางและแนวโน้มว่ากลุ่มวิสาหกิจที่ใช้งานระบบนี้จะให้ความสำคัญและนำไปใช้เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมถึงการขยายผลถึงวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มอื่นๆ ซึ่งการใช้งานระบบดังกล่าว ในช่วง 6 เดือนคือ พฤษภาคม - ตุลาคม 2559 ค่าสั่งซื้อของกลุ่มผ้าถักโครเชต์ไก่ฟ้าพญาลือ 35 รายการ ยอดขายรวม 44,550 บาท และกลุ่มสตรีสหกรณ์เครดิตยูเนียนสหราษฎร์ 33 รายการ ยอดขาย 39,370 บาท

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการความสัมพันธ์

หัวข้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการออกแบบ $\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.69			
1. การจัดวาง ตำแหน่งเมนูการใช้งาน รูปภาพและโมดูลต่างๆ	4.40	0.72	มาก
2. ความเหมาะสมของข้อความ เช่น ขนาด สี	4.33	0.60	มาก
3. ความเหมาะสมของรูปภาพ และไอคอน เช่น ขนาด ความคมชัด	4.33	0.75	มาก
ด้านการใช้งาน $\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.85			
4. การจัดการข้อมูลสินค้า	3.87	0.81	มาก
5. การจัดการข้อมูลคำสั่งซื้อ	3.90	0.84	มาก
6. การแสดงข้อมูลสถิติและรายงานการซื้อขาย	4.07	0.90	มาก
7. การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	4.12	0.77	มาก
ด้านประสิทธิภาพ $\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.53			
8. ความเร็วในการแสดงผลลัพธ์	4.47	0.57	มาก
9. ความสะดวกในการจัดการ/จัดเก็บข้อมูล	4.33	0.60	มาก
10. ความถูกต้องของการประมวลผล	4.87	0.43	มากที่สุด
รวม	4.27	0.70	มาก

4. การจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ มีการเก็บรวบรวมองค์ความรู้ที่เกิดจากการดำเนินโครงการวิจัย จัดทำเป็นเอกสารให้ดาวน์โหลดผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้สนใจต้องการหาข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ระบบจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้สามารถใช้งานได้ผ่านเว็บไซต์ <http://www.mgacademic.com/crochet/> ดังภาพที่ 5 เป็นลักษณะการทำงานของระบบฐานข้อมูลมีการออกแบบ

รายละเอียดเกี่ยวกับการนำเข้าสู่ข้อมูลและนำมาแสดงผล ออกแบบให้สามารถ ค้นหา เพิ่ม แก้ไข บันทึก ยกเลิก และแสดงรายงาน ประกอบด้วย องค์ความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ ปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าถักโครเชต์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ ซึ่งสมาชิกสามารถเพิ่มบทความ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับผู้สนใจต่อไป



ภาพที่ 5 แสดงหน้าเว็บไซต์เผยแพร่องค์ความรู้

สรุปและอภิปรายผล

การเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ด้วยกลไกการมีส่วนร่วม เป็นการเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม มีการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเน้นคุณภาพของการถักและนำเอาเอกลักษณ์ในการถักของกลุ่มซึ่งใช้เส้นด้ายสังเคราะห์ 85% ที่สืบเนื่องมาจากการใช้สานแหในอดีตซึ่งต้องนำมาทำเป็นม้วนเฉพาะ คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของงานผลตามแบบ ล้าขนามาสร้างสรรค์ลวดลายหรือผสมผสานลวดลายถักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองลูกค้าทั้งด้านขนาด รูปทรง ลวดลายให้เหมาะสมกับการใช้งาน และความต้องการของลูกค้าคงไว้ซึ่งคุณภาพในการถัก สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มวางไว้ ดังนี้ คือ 1. ถุงกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ 2. บรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของฝาก โดยสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์ได้จำนวนหลายชิ้น วิธีการออกแบบ มีการนำอัตลักษณ์ของผ้าถักโครเชต์มาใช้ในการออกแบบ และนำอัตลักษณ์ความเป็นแจ้หม่มมาใช้ในการออกแบบลงไปในบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้นึกถึงผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน เน้นความทันสมัยในการออกแบบและพัฒนาผลงานบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการสื่อสารตราสินค้าของกลุ่มในบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำให้กับลูกค้า เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าเมื่อใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าวแล้ว และทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น เมื่อต้องการนำไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก อีกทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นโดยการสร้างร้านค้าออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้าผ่านระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลาและเห็นภาพตัวอย่างของสินค้า

ผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังกาบ (2559) ที่พบว่าศักยภาพของชุมชนหัตถกรรมที่มีความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่องต้องมีแกนนำที่เข้มแข็ง มีเป้าหมายที่ชัดเจน การเรียนรู้ร่วมกัน การแบ่งปันทรัพยากร การทำกิจกรรมร่วมกัน คนธารณ (2556) รูปแบบและคุณค่าผลิตภัณฑ์โดยการต่อยอดเทคนิคภูมิปัญญาท้องถิ่น และฟื้นฟูเอกลักษณ์ในการออกแบบ สามารถสร้างตลาดและมูลค่าเพิ่ม ด้วยการฟื้นฟูเอกลักษณ์ของรูปทรง ลวดลาย และเรื่องราว รวมไปถึงต่อยอดภูมิปัญญาเทคนิคการตกแต่ง พัฒนารูปแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยร่วมกัน ส่งเสริมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เกียรติศักดิ์ (2556) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ปัจจัย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขายและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ สุรัชดา และคณะ (2557) ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ความง่ายสะดวก ทันสมัย ความสำคัญกับการรับคืนสินค้าและคุณภาพสินค้า

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าถักโครเชต์เป็นอาชีพเสริมของกลุ่มที่ดำเนินงานในเวลาว่างหรือนอกฤดูการทำ การเกษตร ควรวางแผนการดำเนินงานหรือกิจกรรมให้เหมาะสมกับช่วงเวลา กลุ่มควรมีการปรับปรุงข้อมูล หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ในเว็บไซต์อยู่เสมอ ปัญหาในการใช้งานสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านเทคโนโลยี มีช่องว่างลดลง แต่ควรจัดโครงการอบรมหรือสร้างหลักสูตรให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ เห็นถึงความสำคัญและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่วงศ์วิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างตลาด อิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกลุ่มเพื่อลดความซับซ้อนในการใช้งานระบบฯ ลง และมีศูนย์ที่ให้บริการให้คำปรึกษา แนะนำแก่กลุ่มวิสาหกิจหรือกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เพื่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และแหล่งทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ได้ให้ทุนในการดำเนินการวิจัยและค่าชี้แนะในการดำเนินการวิจัยทุกขั้นตอน และขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เจษฎา มิ่งฉาย ที่ได้แนะนำการศึกษาวิจัยให้สำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ที่ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานการติดต่อ เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติศักดิ์ อิชยานันท์. (2556). อิทธิพลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม. **วารสารวิทยาการจัดการ**. 30-41.
- คนธาภรณ์ เมียร์แมร์. (2556). การวิจัยพัฒนารูปแบบและคุณค่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านเหมืองกุง โดยการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและฟื้นฟูเอกลักษณ์ในการออกแบบ. **วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่**, 5(5), 27-40.
- สุรัชดา เขตบุญเมือง จีระวุฒิ หลอมประโคน และวิสุทธิ์ กล้าหาญ. (2557). ปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**. 5 (ฉบับพิเศษ), 76-91.
- อังกาบ บุญสูง. (2559). การศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายชุมชนหัตถกรรมจักสานจังหวัดอุดรดิตถ์. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์**. 11(2), 404-418.