

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน ของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

Participatory Marketing Strategy Planning for Local Business Development of Doll Manufacturers in San Pa Tong District, Chiang Mai Province

นุกูล พิกุล^{1/} และญาตาวิมินทร์ พิษทองหลาง^{2/}
Nukul Pikul^{1/} and Yathaweemint Puchthonglang^{2/}

Abstract: The objective of this research was to study the participatory marketing strategy planning for local business development of doll manufacturer in San Pa Tong district, Chiang Mai province. The analysis focuses on the potential of the product, the participation of the community and marketing strategic planning for local business development. The study was based on the qualitative research methodology and data was collected from indepth interview with entrepreneurs, small producers, staff and shoppers together as well as from the observation of the activities of the actual work of producing and selling dolls.

The marketing strategy planning for the local business group of doll manufacturers constituted 4 strategies: 1) Manufacturing strategy focusing on Thai identity, traditional production method and using materials that are environmentally friendly, 2) Pricing strategy focusing on discounts based on volume purchases, 3) Distribution buyer strategy focusing on online direct sales and establishing a doll museum 4) Human resource management strategy focusing on knowledge, special training for new staff open to anyone who is interested to learn how to make dolls of all kinds and learn to appreciate the quality refinement and intricacy of the production.

Keywords: Strategic marketing planning, local business, Doll manufacturer

^{1/}สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชาฯ เชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ 50300
Department of Marketing, Faculty of Business and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Mai,
Chiang Mai 50300, Thailand

^{1/}สาขาการพัฒนารัฐวิสาหกิจและสังคมอย่างยั่งยืน คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จ.เชียงใหม่ 50290
Department of Geosocial based Sustainable Development, Faculty of Agricultural Production, Maejo University, Chiang Mai
50290, Thailand

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ ผู้ผลิตรายย่อย พนักงานปฏิบัติการและผู้ซื้อสินค้า ร่วมกับวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมของการปฏิบัติงานจริงในการผลิตและจำหน่ายตุ๊กตา

กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตาที่เหมาะสม มี 4 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ เน้นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ใช้วิถีผลิตแบบโบราณ และใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สุด 2) กลยุทธ์ราคา เน้นการลดราคาตามปริมาณการสั่งซื้อ 3) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นการจัดจำหน่ายโดยตรง โดยการเปิดเว็บไซต์ และเปิดเป็นพิพิธภัณฑ์ตุ๊กตา 4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เน้นการให้ความรู้ การฝึกฝนพิเศษกับพนักงานใหม่ และเปิดให้ผู้สนใจสามารถเข้ามาศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการทำตุ๊กตาทุกชนิดเพื่อให้เห็นคุณค่า ความประณีตและความละเอียดอ่อนในการผลิต

คำสำคัญ: การวางแผนกลยุทธ์การตลาด ธุรกิจชุมชน ผู้ผลิตตุ๊กตา

คำนำ

การถ่ายทอดความรู้ในด้านการผลิตและการบริโภคอันเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนในอดีต มีฐานการเรียนรู้มาจากครอบครัวเช่นเดียวกัน ทั้งรูปแบบการผลิตและการบริโภคนั้นเป็นลักษณะของการผลิตเพื่อใช้เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเพื่อการแลกเปลี่ยน และโดยทั่วไปจะพบว่า ชุมชนแต่ละชุมชนมีทรัพยากรที่แตกต่างกันไป ดังนั้นลักษณะของกิจกรรมการแลกเปลี่ยนผลผลิต จึงถือได้ว่าเป็นแหล่งการเรียนรู้วิถีชีวิตแบบพึ่งพากันเมื่อสังคมไทยพัฒนาไปสู่สังคมทันสมัย กระบวนทัศน์ในการมองธรรมชาติและชีวิตของบุคคลได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากอิทธิพลในด้านความรู้ ค่านิยม ทักษะ ตลอดจนถึงความก้าวหน้าในทางวิทยาศาสตร์ที่เข้ามามีอิทธิพลแทนที่ศาสนา วิทยาศาสตร์สมัยใหม่ได้ทำให้มนุษย์เปลี่ยนสถานะจากการพึ่งพาธรรมชาติมาเป็นเจ้าของธรรมชาติและมีอำนาจเหนือธรรมชาติ กล่าวคือ มนุษย์ในยุคปัจจุบันสามารถนำพาความมั่งคั่งจากธรรมชาติมาสนองความต้องการของตนได้อย่างไม่มีขีดจำกัด (ออร์ศรี, 2549) ซึ่งจะเห็นได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การนำธรรมชาติมาแปรรูปเพื่อการบริโภค และเพื่อนำมาจำหน่ายเป็นสินค้า ดังนั้นกระบวนการผลิตและการบริโภคในสังคมไทยยุคปัจจุบันจึงเป็นไปเพื่อตอบสนอง “ความสุข” จากการบริโภควัตถุ

ทั้งนี้เพราะอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทำให้สังคมไทยในปัจจุบัน มีทัศนคติ และค่านิยมในเรื่อง ความสุขอันเกิดจากการได้กิน ได้ใช้ ได้อยู่อย่างสะดวกสบายทางกายภาพ นอกจากนั้นบทบาทของรัฐได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างและความสัมพันธ์ของชุมชน ดังนั้นครอบครัวจึงไม่ใช่ฐานการเรียนรู้ของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการผลิตและการบริโภคเช่นในอดีตการบริหารประเทศในยุคสังคมทันสมัย ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการผลิตและการบริโภค ในลักษณะกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศสู่ความเจริญ กล่าวคือรัฐได้ส่งมอบชุมชนกลุ่มสังคมและครอบครัวในมิติเศรษฐกิจ มีการสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจ และมองครอบครัวในฐานะของหน่วยการผลิตและหน่วยบริโภคตามหลักเศรษฐศาสตร์ เนื่องจากมีทัศนะว่าเศรษฐกิจดีจะนำพาประเทศมั่งคั่งและประชาชนมีความสุข ซึ่งจะเห็นได้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมีแนวทางในการพัฒนาประเทศภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีภาวะความทันสมัย ที่เน้นในเรื่องการแข่งขัน การพัฒนาอุตสาหกรรม และการทำให้เป็นเมือง ซึ่งล้วนแต่เป็นแนวคิดในการพัฒนาที่เป็นแนวทางเดียวกันของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เป็นกระบวนทัศน์ที่มุ่งบรรลุเป้าหมายในเชิงปริมาณ แสวงหาความมั่งคั่งสูงสุด แสวงหากำไรสูงสุดจากการผลิต แสวงหาความพึงพอใจสูงสุดจากการบริโภค (สมศรี, 2544)

เศรษฐกิจชุมชนจะต้องมีความแตกต่างจากแนวคิดเศรษฐกิจรัฐ หรือเศรษฐกิจทุน กล่าวคือ เศรษฐกิจชุมชนจะต้องมีลักษณะเป็นความเจริญที่กระจายไม่กระจุกตัว การติดต่อค้าขายจะเป็นแนวนอนที่มีการติดต่อซื้อขายกันโดยตลาดท้องถิ่นซึ่งมีการช่วยเหลือกันและกันเป็นเครือข่าย แทนการแข่งขัน เพราะเศรษฐกิจชุมชนเป็นเศรษฐกิจของชาวบ้านที่มีมิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความสงบสุขและจิตใจที่ดีงาม ผสมผสานอยู่อย่างกลมกลืน (ฉัตรทิพย์, 2548) หลักการสำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนของรัฐคือการส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้านอันมีรากฐานมาจากวิถีการดำรงชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม และประเพณีของผู้คนในกลุ่มสังคมใดสังคมหนึ่งที่ได้ใช้ความเฉลียวฉลาด ความรู้ความสามารถขั้นพื้นฐานในการประดิษฐ์คิดค้นหรือการสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการต่าง ๆ และได้มีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่นของสังคมไทยจึงมีคุณค่าทางจิตใจต่อคนในท้องถิ่นนั้น ๆ เพราะเป็นสิ่งผูกพันคนในท้องถิ่นเข้าด้วยกันและเป็นความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับความคิดของทศพร (2556) ที่รายงานว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่น รวมทั้งการประยุกต์กระบวนการและระบบวิธีการผลิตให้สามารถทำได้ง่าย ผลผลิตมีคุณภาพดีขึ้นและให้ได้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง ทำให้เกิดผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน อันจะส่งผลต่อระดับคุณภาพการดำเนินชีวิตของคนในสังคม

ธุรกิจชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา ตำบลมะขามหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ร่วมกันจัดตั้งขึ้น โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อสร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน แต่ยังมีขาดศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วไป จำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ทางการตลาดซึ่งเป็นศาสตร์สมัยใหม่เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งสิ้น อาทิเช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การหาช่องทางจำหน่าย ตลอดจนถึงวิธีการส่งเสริมและสื่อสารการตลาด ทั้งนี้องค์

ความรู้ทางการตลาดดังกล่าวเหล่านี้ ต้องมีการถ่ายทอดจากผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญ ด้วยเทคนิควิธีการที่เป็นระบบเป็นกระบวนการและมีความเหมาะสมต่อการเรียนรู้ของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน เพื่อให้องค์ความรู้ทางการตลาดที่เกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น เป็นความรู้ที่ยั่งยืนและช่วยพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนผลิตขึ้น มีความสามารถแข่งขันได้ทั้งภายในประเทศและในตลาดโลก อีกทั้งยังช่วยให้เศรษฐกิจของชุมชนมีความเข้มแข็งและชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการสำรวจศักยภาพและความพร้อมทางการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา ตำบลมะขามหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นยังขาดศักยภาพและความพร้อมทางการผลิตและการตลาดอยู่มาก ซึ่งสอดคล้องกับเกษม (2547) ที่ได้กล่าวว่า ปัญหาหลัก ๆ ของผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้านการผลิตคือ คุณภาพของการผลิตไม่คงที่ ไม่สม่ำเสมอ ไม่สามารถผลิตได้ทันตามกำหนดส่งมอบ และบางครั้งก็ผลิตมากจนขายไม่หมด ส่วนใหญ่ไม่มีการพัฒนารูปแบบใหม่ ทั้งนี้เนื่องมาจากขาดการจัดการที่ดี ไม่มีการควบคุมคุณภาพ อีกทั้งความชำนาญของผู้ผลิตแต่ละคนในกลุ่มนั้นไม่เท่ากัน จึงทำให้คุณภาพที่ได้มีความแตกต่างกันไปตามความชำนาญของแต่ละบุคคล มีการลอกเลียนแบบกันโดยเจตนาและไม่ค่อยมีการสร้างสรรค์ผลงานหรือลวดลายใหม่ ๆ เป็นต้น

จากเหตุผลข้างต้นนี้ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาเพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา ตำบลมะขามหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพ มีมูลค่าทางการตลาดเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนได้มีอาชีพ มีรายได้ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการ ผู้ผลิตรายย่อย พนักงานปฏิบัติการและผู้ซื้อสินค้า ร่วมกับวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมของการปฏิบัติงานจริงในการผลิตและจำหน่ายตุ๊กตา เพื่อให้ได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา ทั้งนี้จะนำข้อค้นพบที่ได้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากร คือ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตรายย่อย พนักงานปฏิบัติการ และผู้ซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา ตำบลมะขามหลวง อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 350 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน ผู้ผลิตรายย่อย 20 คน พนักงานปฏิบัติการ 40 คน และผู้ซื้อสินค้า 20 คน รวม 90 คน ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

2. ข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสืบค้นข้อมูลของผู้ประกอบการ ผู้ผลิตรายย่อย พนักงานปฏิบัติการ และผู้ซื้อสินค้า ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การทำงาน หน้าที่ในกลุ่ม โดยการจดบันทึกประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยมีสมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตาเป็นผู้ร่วมกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) และให้ข้อมูลตลอดระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การสืบค้นเบื้องต้นเกี่ยวกับบริบทของชุมชน ประวัติการก่อตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชน รูปแบบการผลิตตุ๊กตา การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา เป็นต้น

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นอกจากจะมีสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนดังกล่าวเข้าร่วมวิจัยแล้ว จึงมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เข้าร่วมด้วย นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้นำนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เรียนในรายวิชาการวางแผนการตลาด ไปเข้าร่วมศึกษาและสังเกตให้เห็นกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย และการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอีกด้วย

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีลักษณะเป็นคำถามที่กำหนดประเด็นไว้ คำถามที่กำหนดคำตอบไว้ล่วงหน้า และคำถามแบบให้เติมคำตอบ นอกจากการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยจำเป็นต้องเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนเพิ่มเติม โดยอาศัยเครื่องมือวิจัยดังต่อไปนี้

2.3.1 การจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อติดตามผลการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและร่วมกันแก้ไขปัญหา

2.3.2 การสังเกตการทำงานในกระบวนการผลิต การจำหน่าย และการจัดแสดงสินค้า

2.3.3 การศึกษาดูงานกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นๆ ที่ประสบผลสำเร็จ

2.3.4 การอบรมให้ความรู้การวางแผนกลยุทธ์การตลาดแก่สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา

2.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.4.1 การมีส่วนร่วมของของสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา

2.4.2 กลยุทธ์การตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา ตำบลมะขามหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

1. ศักยภาพและผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

สินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตามีศักยภาพที่แสดงให้เห็น คือ การผลิตตุ๊กตาที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความประณีตในการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์จริงในการตกแต่งตุ๊กตา และรูปแบบของตุ๊กตาที่เป็นเอกลักษณ์มีให้ผู้ซื้อสินค้าเลือกหลายแบบหรือผลิตตามความต้องการของผู้ซื้อสินค้า กลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตายังมีแนวทางการผลิตตุ๊กตาแบบโบราณและใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สุด GO GREEN CONCEPT นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตายังได้รับประกาศนียบัตรคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ระดับห้าดาว ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึกในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประจำปี พุทธศักราช 2553 สามารถสรุปศักยภาพและผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ดังตารางที่ 1

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา โดยคนในชุมชนจะเป็นแรงงานในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ทำให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้ภายในชุมชน นอกจากนี้ คนในชุมชนยังมีการสืบทอดการผลิตตุ๊กตาชนิดต่าง ๆ แบบรุ่นสู่รุ่น จากรุ่นแม่มาสู่รุ่นลูก รุ่นหลาน มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ตุ๊กตาเชียงใหม่ ซึ่งด้านหน้าจะเป็นส่วนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาและของที่ระลึก สามารถเดินเยี่ยมชมส่วนการผลิตได้ทุกขั้นตอนซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการสนับสนุนการกระจายรายได้ในชุมชน ช่วยเหลือผู้ต้องการทำงานโดยไม่ต้องออกไปต่างถิ่น เป็นการช่วยเหลือสังคมได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตายังให้

ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากงานผลิตตุ๊กตาเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับฝีมือและการใช้แรงงานคนในการผลิต ดังนั้นจึงมีการจัดหาทรัพยากรมนุษย์โดยการจ้างแรงงานภายในชุมชนเข้ามาปฏิบัติงาน เช่น ชาวบ้านผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง ชาวไร่ชาวนา โดยก่อนการผลิต ลูกจ้างจะต้องเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตก่อน เพื่อให้เกิดความชำนาญจึงจะสามารถเริ่มทำได้ อีกทั้งยังรับงานไปทำที่บ้านได้อีกด้วย ซึ่งค่าตอบแทนที่ได้จะคิดเป็นรายวันและตามจำนวนชิ้นงาน และทางกลุ่มยังได้เปิดเป็นศูนย์ฝึกอาชีพเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในชุมชนและสร้างแรงงานที่มีคุณภาพในอนาคตต่อไป

3. แผนกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

แผนกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา มี 4 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ เน้นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ผลิตสินค้าใหม่ ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและกระแสนิยม เน้นใช้วัสดุจริง เน้นการผลิตตุ๊กตาแบบโบราณ และใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สุด 2) กลยุทธ์ราคา ขึ้นอยู่กับขั้นตอนวิธีในการทำและขึ้นอยู่กับปริมาณในการซื้อ หากลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าในปริมาณมากก็จะมีส่วนลดทางการค้าให้กับลูกค้าให้ 3) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มเลือกจะเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง เนื่องจากต้องการติดต่อกับลูกค้าเอง โดยการเปิดเว็บไซต์เพื่อเป็นหน้าร้านให้ลูกค้าชมและเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งยังมีการใช้พนักงานขายหน้าร้านในการขายและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วย และ 4) กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด การให้ความรู้ และการฝึกฝนพิเศษ พนักงานใหม่จะมีการสอนงานให้ทำจะเริ่มทำจากงานที่ง่าย ๆ เพราะการที่จะทำตุ๊กตาได้ ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน งานแต่ละชิ้นที่ทำออกมา มีความละเอียด นอกจากนี้ทางกลุ่มได้เปิดให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการทำตุ๊กตาทุกชนิดเพื่อให้เห็นคุณค่า ความประณีตและความละเอียดอ่อนในการผลิต สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

Table 1 Summary analysis of Potential of Dolls Manufacturer in San Pa Tong District, Chiang Mai Province

Factor	weight	Rating	Weight score
1. Thai image	0.10	3	0.30
2. Eco-friendly products	0.10	3	0.30
3. Antique style	0.10	2	0.10
4. Popularity production	0.15	4	0.40
5. Made from real material	0.10	1	0.05
6. Beautiful handcraft art	0.15	3	0.30
7. 5 Stars OTOP	0.10	3	0.30
Total	0.10		0.25

Table 2 Summary analysis of Participatory Marketing Strategy Planning for Local Business Development of Dolls Manufacturer in San Pa Tong District, Chiang Mai

Marketing Strategy	
1. Product strategy	Thai image, Made from real material, Popularity production, Antique style, Eco-friendly products
2. Price strategy	Order quantity, Difficulty in manufacturing
3. Place strategy	Online Store, Kiosk
4. Promotion strategy	Open for customers to come and see the production process and make the doll by them self

การวิจารณ์

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา ตำบลมะขามหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถวิจารณ์ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ศักยภาพและผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

1.1 ความเป็นมาของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา กลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่เลขที่ 187/2 หมู่ 9 ตำบลมะขามหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มต้นจากการผลิตตุ๊กตาภายในครอบครัว โดยการนำของคุณยุพธนา บุญประคอง โดยมีการผลิตตุ๊กตาอยู่ 3 ประเภท คือ ตุ๊กตาผ้า ตุ๊กตาเซรามิค และตุ๊กตาพอร์ซเลน ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ตุ๊กตาเด็กไทย ตุ๊กตาอาเซียน เป็นต้น ปัจจุบันได้มีการพัฒนาธุรกิจจากอุตสาหกรรมครัวเรือน เป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อีกทั้งได้มีการขยายตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งสามารถสร้างรายได้แก่คนในชุมชนและลดภาวะการว่างงานได้อีกด้วย จุดเริ่มต้นของกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง เริ่มต้นจากการทำเป็นธุรกิจครอบครัวขนาดเล็ก โดยเริ่มจากการผลิตตุ๊กตาเซรามิคก่อน หลังจากนั้นได้มีการผลิตตุ๊กตาผ้า และตุ๊กตาพอร์ซเลนตามลำดับ โดยตุ๊กตาทั้งหมดจะเน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น ตุ๊กตาชาวเขา ตุ๊กตารำไทย ตุ๊กตาเด็กไทย เป็นต้น จนถึงปัจจุบันนี้ได้มีการดำเนินธุรกิจเป็นเวลากว่า 30 ปี และต่อยอดจากธุรกิจในครัวเรือนมาเป็นธุรกิจชุมชน โดยใช้ชื่อว่า “กลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตา เชียงใหม่”

1.2 รูปแบบของการผลิตตุ๊กตา

1.2.1 การผลิตตุ๊กตาชนิดผ้าชาวเขา เริ่มต้นโดยทำตัวหุ่นจากการยัดใยผ้าปั่น (นุ่น) กับกากมะพร้าวเข้ากับผ้าสีชาที่เตรียมไว้และเย็บด้านหลังของผ้า จากนั้นจะนำมาเย็บกันโดยการยัดสำลีให้มีลักษณะนุ่มขึ้นและใส่เหล็กด้านหลังของตัวตุ๊กตาเพื่อให้ตุ๊กตาทรงตัวได้ดีขึ้น ส่วนของแขนยัดใส่ในด้วยสำลีแล้วนำมาเย็บเข้าด้วยกันพร้อมลำเรือกจะเริ่มใส่เสื้อผ้าโดยเสื้อผ้าจะมีแม่พิมพ์เป็นรูปแบบของเสื้อผ้าในแบบต่าง ๆ ซึ่งตัดตามขนาดของ

ตุ๊กตา ส่วนของศีรษะได้มีแม่พิมพ์รูปศีรษะของหุ่นที่ทำจากสำลี 2 ชั้นผสมกับแป้งข้าวเจ้าแล้วนำมาตากแดด ตกแต่งเพิ่มเติมตามรูปลักษณะของตุ๊กตา และสุดท้ายนำตุ๊กตามาใส่แทนวง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตตุ๊กตาผ้าได้มาจากชาวไทยภูเขา เช่น ผ้าดิบ ผ้าโทเร ผ้าเมือง เพราะสินค้าที่ผลิตจะเน้นใช้วัสดุจริงบางชนิดต้องซื้อจากกรุงเทพมหานคร เพื่อความสมจริง และสื่อเอกลักษณ์ความเป็นไทย ดังภาพที่ 1

1.2.2 การผลิตตุ๊กตาพอร์ซเลน เริ่มต้นโดยการสั่งซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต คือ ดินขาวพอร์ซเลน จากอำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง ผ้าและอุปกรณ์ตกแต่งสั่งซื้อมาจากตลาดวโรรส จังหวัดเชียงใหม่ การผลิตตุ๊กตาพอร์ซเลนในทุกขั้นตอน จะแบ่งเป็นฝ่ายผลิตในแต่ละขั้นตอนเพื่อให้ผลงานออกมาดีที่สุด แล้วนำมาประกอบเป็นรูปร่าง ดังภาพที่ 2

1.2.3 การผลิตตุ๊กตาเซรามิค ในการผลิตตุ๊กตาเซรามิค หัวใจหลักสำคัญในการผลิต คือดิน ที่ใช้การหล่อและการปั้น โดยทางกลุ่มจะใช้ดินดำจากอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมแก่การผลิตเนื่องจากจะให้เนื้องานที่ละเอียด เวลาเผาในความร้อนสูงชิ้นงานจะไม่แตก ส่วนวัสดุอื่น ๆ เช่น สีที่ใช้ในการระบายน้ำยาเคลือบ และสติ๊กเกอร์ที่ติดก่อนเผาเพื่อสร้างลวดลาย ทางกลุ่มผู้ผลิตได้จัดซื้อจากร้านค้าภายในจังหวัดเชียงใหม่ ดังภาพที่ 3

สรุปศักยภาพที่แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา คือ การผลิตตุ๊กตาที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความประณีตในการผลิต การใช้วัสดุอุปกรณ์จริงในการตกแต่งตุ๊กตา และรูปแบบของตุ๊กตาที่เป็นเอกลักษณ์มีให้ผู้ซื้อสินค้าเลือกหลายแบบ หรือผลิตตามความต้องการของผู้ซื้อสินค้า กลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตายังมีแนวทางการผลิตตุ๊กตาแบบโบราณ และใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สุด GO GREEN CONCEPT นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ตุ๊กตายังได้รับประกาศนียบัตรคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ระดับห้าดาว ประเภทของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึกในโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประจำปี พุทธศักราช 2553



Figure 1 Show the tribe dolls



Figure 2 Show the porcelain dolls



Figure 3 Show the ceramic dolls

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาธุรกิจ ชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการวิจัยทำให้ทราบว่าคนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการพัฒนาภาคธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา โดยคนในชุมชนจะเป็นแรงงานในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ทำให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้ภายในชุมชน อีกทั้งคนในชุมชนยังทำหน้าที่เป็นคนกลางในการขายสินค้า เช่น หากในครอบครัวมีญาติพี่น้องที่ประกอบอาชีพขายของที่ระลึกหรือธุรกิจส่งออกก็จะรับสินค้าจากกลุ่ม ไปจำหน่ายต่อนอกจากนั้น คนในชุมชนยังมีการสืบทอดการผลิตตุ๊กตาชนิดต่าง ๆ แบบรุ่นสู่รุ่น จากรุ่นแม่มาสู่รุ่นลูก รุ่นหลาน มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ตุ๊กตาเชียงใหม่ ซึ่งด้านหน้าจะเป็นส่วนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาและของที่ระลึก สามารถเดินเยี่ยมชมส่วนการผลิตได้ทุกชั้นตอน โดยแบ่งเป็นส่วนย่อย ๆ ได้แก่ การปั้นหุ่นโมเดลต้นแบบ การหล่อแบบตุ๊กตาจากพิมพ์ต้นแบบ การเผาในเตาความร้อนสูง การตกแต่งเสื้อผ้า หน้า ผ้ม เป็นต้น โดยพนักงานทุกคนเป็นชาวบ้านในพื้นที่ของอำเภอสันป่าตอง ซึ่งตรงนี้เป็นส่วนสำคัญที่กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องการสนับสนุนการกระจายรายได้ในชุมชน ช่วยเหลือผู้ต้องการทำงานโดยไม่ต้องออกไปต่างถิ่น เป็นการช่วยเหลือสังคมได้ในระดับหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเป็นสินค้า OTOP ของตำบลมะขามหลวง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสร้างชื่อเสียงให้กับตำบลเป็นอย่างมาก และได้มีการเปิดโอกาสให้ชาวบ้านในตำบลเข้ามาทำงานผลิตตุ๊กตา ทำให้เป็นการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน

นอกจากนั้นกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตาก็ยังให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งของทางกลุ่มถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากงานผลิตตุ๊กตาเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับฝีมือและการใช้แรงงานคนในการผลิต ดังนั้นจึงมีการจัดหาทรัพยากรมนุษย์โดยการจ้างแรงงานภายในชุมชนเข้ามาปฏิบัติงาน เช่น ชาวบ้านผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง ชาวไร่ชาวนา โดยก่อนการผลิต ลูกจ้างจะต้องเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตก่อน เพื่อให้เกิดความชำนาญจึงจะสามารถเริ่มทำได้ อีกทั้งยังรับงานไปทำที่บ้านได้อีกด้วย ซึ่งค่าตอบแทนที่ได้จะคิดเป็นรายวันและตามจำนวนชิ้นงาน และทางกลุ่มยัง

ได้เปิดเป็นศูนย์ฝึกอาชีพเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในชุมชน และสร้างแรงงานที่มีคุณภาพในอนาคตต่อไป

3. แผนกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ตุ๊กตา แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

3.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของตุ๊กตาผ้า คือ ตุ๊กตาพอร์ซเลน และตุ๊กตาเซรามิค จะเน้นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เพื่อเป็นการดึงดูดให้เกิดความสนใจ ซึ่งจะมีการแต่งกายให้อยู่ในรูปแบบชาวเผ่าในอิริยาบถต่าง ๆ ซึ่งเผ่าที่นำมาเป็นต้นแบบนั้น จะมีประมาณ 10 ชนเผ่า ได้แก่ ตุ๊กตาแบบชาวเผ่าอีเก้อ ตุ๊กตาผ้าแบบชาวเผ่าราหู ตุ๊กตาผ้าแบบชาวเผ่าลีซอ ตุ๊กตาผ้าแบบชาวกระเหรี่ยงคอยาวขาว ตุ๊กตาผ้าแบบชาวกระเหรี่ยงคอยาวแดง ตุ๊กตาผ้าแบบชาวเผ่าแม้วกระโปรงลาย ตุ๊กตาผ้าแบบชาวเผ่าแม้วกระโปรงขาว ตุ๊กตาผ้าแบบชาวเผ่าแม้วแบบกางเกง ตุ๊กตาผ้าแบบชาวเผ่าเย้า และมีการออกแบบให้เป็นรูปแบบนางรำในอิริยาบถท่าทางการรำต่าง ๆ ให้ อ่อนช้อย พร้อมเครื่องประดับตกแต่งให้ดูสวยงาม ซึ่งตุ๊กตาที่แสดงความเป็นไทยนั้น จะมีการจดลิขสิทธิ์ไว้เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ นอกจากนี้ถ้าหากลูกค้าต้องการแบบอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากนี้สามารถที่จะบอกกับทางร้านได้ โดยกลุ่มผู้ผลิตตุ๊กตาจะมีการผลิตสินค้าใหม่ ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและกระแสนิยม เช่น ผลิตตุ๊กตาเซรามิครูปน้องคุณ ในช่วงงานพืชสวนโลก หรือการผลิตตุ๊กตารูปสัตว์ต่าง ๆ เพื่อนำไปประดับตกแต่งสวน เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีหลากหลายสายผลิตภัณฑ์ซึ่งแต่ละสายผลิตภัณฑ์จะมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ในที่นี้ยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ในสายตุ๊กตาชนิดใช้ผ้าเป็นวัตถุดิบในการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่กำลังเป็นที่นิยมและมีการสั่งทำเป็นจำนวนมากของตุ๊กตาผ้า ในตอนนี้เป็นแบบตุ๊กตาของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยได้ทำออกมาในรูปแบบชุดประจำชาติ ชาย หญิงของแต่ละชาตินั้น ๆ นอกจากนั้น กลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิตตุ๊กตาก็มีแนวคิดวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยเน้นการผลิตตุ๊กตาแบบโบราณ และใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สุด GO GREEN CONCEPT อีกด้วย

3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านราคาของ ตู๊กตานั้น ขึ้นอยู่กับขั้นตอนวิธีในการทำและขึ้นอยู่กับ ปริมาณในการซื้อ หากลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าใน ปริมาณมากก็จะมีส่วนลดทางการค้าให้กับลูกค้าให้ ดังนี้ ถ้าหากซื้อตู๊กตาผ้าเด็ก 1 ตัว จะขายตัวละ 200 บาท แต่ ถ้าหากซื้อจำนวน 10 ตัวขึ้นไป จะมีราคาตัวละ 160 บาท ถ้าหากซื้อตู๊กตาผ้าใหญ่ 1 ตัว จะขายตัวละ 320 บาท แต่ถ้า หากซื้อจำนวน 10 ตัวขึ้นไป จะมีราคาตัวละ 300 บาท โดยราคาที่ยกตัวอย่างมานั้น จะเป็นการดึงดูดให้พ่อค้า คนกลางที่มาซื้อสินค้าจากทางร้าน ให้ซื้อสินค้า ใน ปริมาณมาก ๆ เพื่อที่จะได้รับส่วนลดทางการค้า

3.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ ตู๊กตานั้น จะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ 2 ระดับ โดย ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง ทางกลุ่มเลือกจะเลือก ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรง เนื่องจากต้องการติดต่อกับลูกค้าเอง และโดยการเปิดเว็บไซต์ เพื่อเป็นหน้าร้านให้ ลูกค้าชมและเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งยังมีการใช้พนักงาน ขายนหน้าร้านในการขายและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วย

3.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

พนักงานใหม่จะมีการสอนงานให้ทำจะเริ่มทำ จากงานที่ง่าย ๆ เพราะการที่จะทำตู๊กตาได้ต้องอาศัย ความชำนาญเฉพาะด้าน งานแต่ละชิ้นที่ทำออกมาแต่ละ ชิ้นมีความละเอียด นอกจากนั้นทางกลุ่มได้เปิดให้ผู้ที่ สนใจสามารถเข้ามาศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการทำ ตู๊กตาทุกชนิด โดยที่ผ่านมามีผู้ที่เข้ามาศึกษาจำนวนมาก เช่น นักเรียน-นักศึกษา จากสถาบันต่าง ๆ ผู้ที่ว่างงาน อีกทั้งยังมีการออกไปสอนตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ อีกด้วย

สรุปการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มธุรกิจ ชุมชนผู้ผลิตตู๊กตา จะเน้นการรักษากลุ่มลูกค้าเดิมเอาไว้ ให้มากที่สุด เนื่องจากลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันจะเป็นลูกค้า รายใหญ่ มีปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวสินค้า กลุ่มผู้ผลิตจึง ได้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า ในขณะที่เดียวก็มีการพัฒนาคุณภาพสินค้า ควบคู่ไปด้วย โดยมีการตรวจสอบสินค้าก่อนจัดส่งให้

ลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจ ซึ่งจะนำมาสู่การซื้อ ซ้ำในที่สุด

สรุป

ธุรกิจชุมชนของผู้ผลิตตู๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มต้นจากการใช้แรงงานในครอบครัว ขยายไปสู่ชุมชนโดยรอบ การผลิตตู๊กตาใช้กลยุทธ์สื่อ เอกสิทธิ์ของความเป็นไทย วัตถุประสงค์ได้มาจากชาวไทย ภูเขา แล้วนำมากระจายไปสู่แหล่งผลิตรายย่อยในชุมชน สินค้ามีความประณีตเหมาะสมกับราคา และมีการพัฒนารูปแบบตู๊กตาให้ทันสมัย มีหลายรูปแบบ คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต สืบทอดวิธีการผลิต และยังคงยึด ธุรกิจให้เจริญมากขึ้น ส่งผลให้คนในชุมชนมีอาชีพ มีรายได้ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สืบสานและเผยแพร่ ภูมิปัญญาในการผลิตตู๊กตา

ส่วนกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิต ตู๊กตาที่เหมาะสม มี 4 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ เน้นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ใช้วิธีผลิตแบบ โบราณ และใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่สุด 2) กลยุทธ์ราคา เน้นการลดราคาตามปริมาณการสั่งซื้อ 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นการจัด จำหน่ายโดยตรง โดยการเปิดเว็บไซต์ และเปิดเป็น พิพิธภัณฑสถานตู๊กตา 4) กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด เน้นการให้ ความรู้ การฝึกฝนพิเศษกับพนักงานใหม่ และเปิดให้ผู้ที่ สนใจสามารถเข้ามาศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการทำ ตู๊กตาทุกชนิดเพื่อให้เห็นคุณค่า ความประณีตและความ ละเอียดอ่อนในการผลิต

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ ด้วยความร่วมมือและ การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ ผู้ผลิตรายย่อย พนักงาน ปฏิบัติงาน และผู้ซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนผู้ผลิต ตู๊กตา อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่และขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่ ที่ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. 2547. OTOP นักสู้ชาวบ้าน
นักการตลาดชุมชน. เอ.อาร์.บิซิเนส, กรุงเทพฯ.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. 2548. แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน
ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม. สถาบันวิถึ
ทรรศน์. กรุงเทพฯ.

ทศพร ศิริสัมพันธ์. 2556. ชุมชนเข้มแข็ง สังคมน่าอยู่
เศรษฐกิจยั่งยืนด้วยงานวิจัย. วารสารการพัฒนา
ชุมชนและคุณภาพชีวิต 1(2): 1-5.

สมศรี จินะวงษ์. 2544. การวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้
กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ใน
ชุมชน ที่ใช้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง.
วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพฯ.

อรศรี งามวิทยาพงศ์. 2549. กระบวนการเรียนรู้ใน
สังคมไทยและการเปลี่ยนแปลง: จากยุคชุมชนถึง
ยุคพัฒนาความทันสมัย. วิทยาลัยการจััดการทาง
สังคม, กรุงเทพฯ.