

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้าน ตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลปัญหาการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะโดยลำดับ ดังต่อไปนี้

#### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัญหาการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยศึกษาเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎี ระเบียบผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนและผลการดำเนินงานที่ผ่านมา เพื่อกำหนดกรอบความคิดในการศึกษาวิจัยและสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อสอบถามปัญหาการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์ และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วนำข้อมูลที่ได้อภิปรายผลข้อมูลทางสถิติ เพื่อศึกษาปัญหาการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ใน 4 ด้าน คือ ด้านคุณภาพชีวิต ด้านเศรษฐกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาด

ช่วงที่ 2 แนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ้อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญ นำปัญหาที่ค้นพบมาวิเคราะห์เป็น แนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ้อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาปัญหาการพัฒนาของกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ้อบ้าน แม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ ประธานกรรมการกลุ่ม 1 คน รองประธานกรรมการกลุ่ม 2 คน เภรัญญิก 1 คน เลขานุการ 1 คน ประชาสัมพันธ์ 1 คน ทะเบียน สมาชิก 1 คน ปฏิคม 1 คน กรรมการ 6 คน ฝ่ายตรวจสอบ 1 คน และสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อน พ้อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน จำนวน 101 คน รวมทั้งหมด จำนวน 116 คน

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประธานกรรมการกลุ่ม รองประธานกรรมการ กลุ่ม เภรัญญิก เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ ทะเบียนสมาชิก ปฏิคม กรรมการ ฝ่ายตรวจสอบ และ สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ้อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 92 คน ได้มาโดยได้จากการเปรียบเทียบกับตารางสุ่มกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 : 608) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

ช่วงที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการสนทนากลุ่มเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรม หินอ่อนพ้อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ได้จากการคัดเลือก ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อน จำนวน 7 คน เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยใช้กระบวนการสนทนากลุ่ม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการพัฒนาของกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ้อบ้านแม่บ้านตำบล หนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัญหาการพัฒนาของกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ้อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นแบบมาตรา 4 ระดับ ปัญหามากที่สุด มาก น้อย และน้อยที่สุด

ช่วงที่ 2 แนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ้อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ วิเคราะห์เนื้อหาเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากการ ประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยใช้กระบวนการสนทนากลุ่ม

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้อมูลพื้นฐานทั่วไป เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และระดับปัญหาการพัฒนา กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยส่วนใหญ่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.80 มีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.10 การประกอบอาชีพหัตถกรรม คิดเป็นร้อยละ 80.50

1. จากการศึกษาปัญหาการพัฒนา กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าผลการวิเคราะห์มีดังนี้

1.1 ปัญหาการพัฒนา ด้านคุณภาพชีวิต พบว่า กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีปัญหาการพัฒนา ด้านคุณภาพชีวิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย  $\bar{X}=1.74$  เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ ยกเว้นการเข้ารับการรักษายาบาลช่วงระยะ 5 ปี ที่ผ่านมามีอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.2 ปัญหาการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีปัญหาการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย  $\bar{X}=1.76$  เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ

1.3 ปัญหาการพัฒนา ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีปัญหาการพัฒนา ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย  $\bar{X}=2.09$  เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ

1.4 ปัญหาการพัฒนา ด้านการตลาด พบว่า กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ปัญหาการพัฒนา ด้านการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย  $\bar{X}=2.25$  เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 22. การพัฒนาช่องทางการขยายตลาด เป็นอันดับสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก  $\bar{X}=2.64$  รองลงมาได้แก่ ข้อ 23. การพัฒนาการประมาณการทางการตลาด อยู่ในระดับมาก  $\bar{X}=2.63$  เมื่อพิจารณาข้อที่เหลืออยู่ในระดับน้อยทุกข้อ

2. แนวทางการพัฒนา กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยนำผลจากการจัดสนทนากลุ่มมาประมวลเป็นแนวทางการพัฒนา กลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน สามารถสรุปได้ดังนี้

- 2.1 พัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุมดูแล สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต
- 2.2 พัฒนาระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนแบบครบวงจรมีระบบอ้อมทรัพย์ในชุมชนใช้หลักการพึ่งตนเอง
- 2.3 จัดทำโครงการการวางแผนงานการพัฒนาสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- 2.4 พัฒนาด้านการขยายการตลาดให้กว้างไกลออกไปสู่ตลาดโลก

### อภิปรายผล

1 ศึกษาปัญหาการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ด้านคุณภาพชีวิต ด้านเศรษฐกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ผลการวิจัยพบว่า

ด้านคุณภาพชีวิต พบว่าปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาสูงสุดสามอันดับแรก คือ การป้องกันอุบัติเหตุและอุบัติเหตุในขณะทำงานท่านมีความมั่นใจมากน้อยเพียงใด การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งแวดล้อมในการทำงานต่อสุขภาพของท่านเหมาะสมเพียงใด และการส่งเสริมให้มีการออกกำลังกาย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสฤณี สิงหราชกูร (2541) ได้วิจัยเรื่อง เปรียบเทียบคุณภาพชีวิตในการทำงานระหว่างพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กับพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเลือกศึกษาตัวแปร ซึ่งประกอบด้วยประเภทธนาคารและปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานประเภทของงาน ตำแหน่งงานและเงินเดือน ตัวแปรตามคือคุณภาพชีวิตในการทำงาน 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย ลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและมั่นคง ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม การส่งเสริมความก้าวหน้าในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการยกย่องนับถือ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานของทั้งสองธนาคารมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตในการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและแตกต่างกันอยู่ 2 ด้าน คือด้านลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและมั่นคง และด้านค่าตอบแทนที่ไม่เป็นธรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 พบว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ต่างกันมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านอายุระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่ทำ และเงินเดือนมีค่าเฉลี่ยคะแนนคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.5

ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาสูงสุดสามอันดับแรก คือ การส่งเสริมให้รู้จักลดรายจ่าย การจัดทำบัญชีครัวเรือน และการจัดให้มีการประหยัดและอดออม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของศักดิ์ชัย ทวีศักดิ์ (2529) ได้วิจัยเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลของการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความเข้าใจคุณภาพชีวิตเพียง 17 ตัวชี้วัด คือ รายได้ ชีวิตครอบครัว ที่อยู่อาศัย การมีงานทำ สุขภาพอนามัย อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน การสาธารณสุข โภคอาหาร การศึกษา มีคุณธรรม ความสัมพันธ์ทางสังคม มีที่ทำกิน การประหยัด ไม่เป็นหนี้ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการพักผ่อนหย่อนใจ องค์ประกอบคุณภาพชีวิตที่ประชาชนพอใจมากที่สุด คือ ชีวิตในครอบครัวและไม่เป็นหนี้สิน รองลงมา คือ รายได้ ที่อยู่อาศัย การมีงานทำ สุขภาพอนามัย น้อยที่สุด คือ การศึกษา อุปกรณ์ในการประกอบอาชีพ และที่ทำกิน

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาสูงสุดสามอันดับแรก คือ การพัฒนาสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หิโน่น การพัฒนาการส่งเสริมการขายสำหรับผลิตภัณฑ์หิโน่น และความรู้ในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของคุณากร ตรีชัยปราช และคณะ (2548) เรื่อง การตลาดผลิตภัณฑ์ไวน์ของสหกรณ์ไวน์อุโมงค์ลำพูน จำกัด ตำบลอุโมงค์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน สรุปโดยภาพรวมด้านกลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว พบว่า ในขั้นเติบโตใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมากที่สุด และเมื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ทางการตลาดต่อเป็นรายคู่จำแนกตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ พบว่ากลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างกันมากที่สุดอยู่ในขั้นแนะนำกับขั้นตกต่ำ และขั้นเติบโตกับขั้นตกต่ำ ส่วนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันมากที่สุดอยู่ในขั้นเติบโตกับขั้นตกต่ำ กลยุทธ์ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันมากที่สุดอยู่ในขั้นอิ่มตัวกับขั้นตกต่ำ กลยุทธ์ด้านราคาแตกต่างกันมากที่สุดอยู่ในขั้นเติบโตกับขั้นอิ่มตัว ส่วนปัญหาทางการตลาดเมื่อจำแนกตามด้านต่างๆ ของสมาชิกผู้ผลิตไวน์ พบว่า มีระดับปัญหาแตกต่างกันดังนี้ ปัญหาด้านขนาดตลาดที่จำกัดขายได้เฉพาะในท้องถิ่น ปัญหาด้านราคาได้แก่ ผู้บริโภคมีความไวต่อราคา สภาพการแข่งขันสูง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุผลิตภัณฑ์ไม่สวย การพัฒนาคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ด้านรสชาติไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เป็นปัญหาระดับมาก ส่วนปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัญหาระดับปานกลาง และสรุปโดยภาพรวมทั้งหมดของปัญหาทางการตลาดแล้ว พบว่าเป็นปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และผลการวิจัยของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546) ได้วิจัยเรื่อง การตลาดธุรกิจร้านกาแฟสด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญด้านต่างๆ ดังนี้



ทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่สำหรับประกอบธุรกิจร้านกาแฟ ควรมีลักษณะการสัญจรที่สะดวก โคดเค้น ที่จอดรถสะดวก ภายในบริเวณร้านจะต้องจัดแต่งให้สวยงาม สร้างบรรยากาศของร้านในลักษณะที่สบายเป็นกันเอง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายมีนิสัยการจัดเตรียมไว้บริการ รวมถึงการจัดวางอุปกรณ์ภายในร้าน ควรจัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อง่ายต่อการใช้สอย

การส่งเสริมการตลาด ธุรกิจร้านกาแฟอาจใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ หรือการขายตรง เพราะสื่อเหล่านี้นำเสนอให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดีของรูปแบบ สินค้า ชื่อสินค้า และตราสินค้า หรือการสร้างมาตรฐานของร้านให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคจนนำไปสู่การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก หรือการแลกเปลี่ยนของที่ระลึก การแจกแถมของชำร่วยในเทศกาลต่างๆ หรือการลดราคากาแฟบางรายการในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ เป็นต้น และผลงานวิจัยของชลาชัย นาควิไล (2545) วิจัยเรื่องสถานภาพการวางแผนสื่อโฆษณา กับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน พบว่า ปัจจุบันในการวางแผนสื่อโฆษณามีการยอมรับ และนำแนวคิด การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ไปใช้ในการทำงานมากขึ้น โดยลักษณะของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่นักวางแผนสื่อโฆษณามีความเข้าใจมากที่สุด และมีการนำมาใช้คือ ลักษณะของการใช้เครื่องมือการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ มาใช้ในการทำงานนั้นส่งผลให้นักวางแผนสื่อโฆษณามองความหมายของคำว่า สื่อ กว้างขึ้นกว่าแต่การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน โดยมองว่าสื่อ คือจุดติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบ ที่สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้ ซึ่งทำให้นักวางแผนสื่อโฆษณามีความต้องการข้อมูล เพื่อใช้ในการทำงานมากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึก เพื่อที่จะสามารถวางแผน เข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มมากขึ้น ในส่วนของการเลือกใช้สื่อ นั้น สื่อมวลชนยังคง มีบทบาทที่สำคัญเช่นเดิม แต่การสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ได้เพิ่มความสำคัญมากขึ้น โดยเป็น ลักษณะของการผสมผสานการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ เข้าไปกับการใช้สื่อมวลชนมากขึ้น นอกจากนั้น เมื่อมีการนำแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมาใช้ในการทำงานแล้ว บทบาทของนักวางแผนสื่อโฆษณาได้เปลี่ยนแปลงไป โดยมีบทบาทสำคัญมากขึ้น เนื่องจาก กระบวนการของการหาช่องทางการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้นก่อนการคิดชิ้นงานโฆษณา และ นักวางแผนสื่อโฆษณายังต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำงานกับฝ่ายอื่นๆ มากขึ้น ส่วนผลกระทบ ของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อธุรกิจวางแผนสื่อโฆษณา โดยรวมนั้นคือ การทำให้ ธุรกิจขยายตัว เนื่องจากลูกค้ามีการใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้นจากการขยายขอบเขตการให้บริการ และส่งผลให้การทำงานมีการพัฒนา และมีคุณภาพมากขึ้น

ด้านการตลาด พบว่า ปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาสูงสุดสามอันดับแรก คือ การพัฒนาช่องทางการขายตลาด การพัฒนาการประมาณการทางการตลาด และการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นปัญหาดังกล่าวนี้ เนื่องมาจากกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับด้านการตลาดน้อยเพราะส่วนใหญ่ในกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน มีการศึกษาก่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพิมลพรรณ พุฒิเมวงศ์ และคณะ(2549) ได้วิจัยเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรด ของตำบลบ้านเสด็จ อำเภอเมืองลำปาง พบว่าช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรด ส่วนใหญ่สมาชิกขาดความชำนาญในการขาย จึงต้องอาศัยตัวแทน พ่อค้าปลีก ไปยังผู้บริโภค ส่วนปัจจัยด้านประเภทของสินค้าที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายในการเลือกช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ สินค้าที่สั่งทำพิเศษ และสินค้าประเภทเสียหยาบง่าย ซึ่งจะมีความเสี่ยงมากกว่า ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มแข่งขันที่มีผลกระทบต่อ การกำหนดนโยบายในการเลือกช่องทางการจำหน่าย คือ กลุ่มแข่งขันผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และใช้คนกลางประเภทเดียวกัน สำหรับปัจจัยด้านหน้าที่ของพ่อค้าคนกลาง ที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายในการเลือกช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ การเก็บรักษาสินค้า การโฆษณาสินค้า การให้เครดิตสินค้า การรับคืนสินค้า และการขนส่ง ส่วนผลกระทบจากธุรกิจที่มีต่อการจัดจำหน่ายได้แก่ขาดประสิทธิภาพด้านการตลาด การใช้ช่องทางการจำหน่าย ฐานะทางการเงิน และขนาดของธุรกิจ สำหรับผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ ข้อบังคับทางกฎหมาย เช่น การเก็บภาษี ส่วนประเด็นปัญหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรดด้านตัวสินค้า ได้แก่ การเลียนแบบสินค้าของกลุ่มแข่งขัน การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ สำหรับประเด็นปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ประสบความล้มเหลว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีประโยชน์ในการนำไปใช้ ปัญหาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ผลิตขาดความชำนาญในการผลิต ปัญหาจากคู่แข่ง ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาจากการคาดคะเนยอดขายผิดพลาดสูงกว่าความเป็นจริง และปัญหาการเปลี่ยนแปลงในรสนิยมของลูกค้า และผลงานวิจัยของมาลี โชกเจริญเลิศ (2543) วิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด โรงแรมไทยและโรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ของลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ คุณภาพของการบริการ ภาพลักษณ์ ห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง บรรยากาศและการตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการรับ-ส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การแนะนำ / เสนอขายของพนักงานขาย และสถานที่ตั้งอยู่ในที่เหมาะสม เดินทางสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการส่งข่าวสารให้แก่สมาชิก มีการแนะนำ / เขียนเขียนลูกค้าโดยพนักงานขายและมีการจัดกิจกรรมบริการสังคม และด้านการรับรู้ข้อมูล ของลูกค้าจากการใช้สื่อของโรงแรมที่เข้าพัก

ได้แก่นั่งสือพิมพ์ โรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานครสูงกว่าโรงแรมไทย และในเรื่องของโทรทัศน์ โรงแรมไทยสูงกว่า โรงแรมต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในกรุงเทพมหานคร นอกนั้นไม่แตกต่างกัน และผลงานวิจัยของชานวอลด์ (Schonwald, 2000) ได้วิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า มุมมองของการขายและการตลาดของธนาคารชุมชนในอเมริกาว่า นักการตลาดที่มีประสบการณ์จากธุรกิจการขายเพื่อที่จะให้ได้ผลกำไรนั้นต้องเป็นระบบตลาดเชิงรุก และกลยุทธ์ทางการตลาดจึงต้องครอบคลุมถึง การสร้างวัฒนธรรมการขาย การกำหนดสิ่งแวดล้อมของตลาด การสร้างตราหรือยี่ห้อ และการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

2 แนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มเป้าหมาย โดยนำปัญหาการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน มาเป็นข้อมูลในการพัฒนา ผลการวิจัยพบว่า

การพัฒนาระบบการป้องกัน ควบคุมดูแล สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ได้แก่ พัฒนาระบบการป้องกันอุบัติเหตุและอุบัติเหตุให้มาตรฐานและปลอดภัยในการทำงาน ความปลอดภัยในการใช้ไฟฟ้า ความปลอดภัยในการใช้เครื่องจักร การป้องกันและระงับอัคคีภัย การยกเคลื่อนย้ายวัสดุสิ่งของ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี พัฒนาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพทางชีวภาพ ทางเคมี ทางจิตวิทยาสังคม รวมถึงการป้องกันอันตรายจากสิ่งแวดล้อมในการทำงาน และส่งเสริมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ จัดสถานที่และอุปกรณ์สำหรับการออกกำลังกาย และจัดกิจกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เช่น การเดินแอโรบิค รำมวยไทเก็ก และรำไม้พลอง ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสนาะ ดิยาว (2526) สิ่งแวดล้อมที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ สิ่งแวดล้อมในที่ทำงานประกอบด้วยสถานที่ เครื่องมือ เครื่องใช้ แสงอุณหภูมิ เสียง และกระบวนการในการปฏิบัติงานนับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่มีผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน การจัดสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่ดีและเหมาะสม จะมีส่วนช่วยให้บุคคลได้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพลดอุบัติเหตุได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการจัดสภาพการทำงานจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานเพราะจะทำให้บุคคลมีความรู้สึกว่าไม่ต้องมีชีวิตอย่างหวาดระแวงวิตกกังวลต่อการเสี่ยงอันตรายต่างๆ จากการปฏิบัติงานและสมพงศ์ เกษมสิน (2526) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมสุขภาพพลานามัยของพนักงานนับเป็นสิ่งสำคัญในอันที่จะเสริมสร้างและทำนุบำรุงทรัพยากรบุคคลขององค์การ และผศ.ดร. ภัทรธรา ผลงาม (2542) อ้างถึงใน ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1974) ได้กล่าวว่า ความต้องการความปลอดภัยเป็นความต้องการที่สำคัญของมนุษย์ที่ต้องการให้ตนเองปลอดภัยในชีวิต โดยการหลีกเลี่ยงอันตรายต่างๆ ที่เกิดขึ้น อาจเตรียมป้องกันไว้ล่วงหน้าเพื่อให้มีการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างปลอดภัยด้วยการจัดระบบความปลอดภัยในการทำงานให้แก่บุคลากร



การพัฒนาระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนแบบครบวงจรมีระบบออมทรัพย์ในชุมชนใช้หลักการพึ่งตนเอง ได้แก่ พัฒนาการสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนเข้มแข็งด้วยการใช้ระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียง ตามแนวพระราชดำริ เช่น จัดโครงการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียงในชุมชน จัดโครงการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน (รายรับ-รายจ่าย) ความสำคัญของการทำบัญชีอันจะนำไปสู่การบริหารจัดการทางการเงินของครอบครัว ภายใต้การขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และจัดทำโครงการออมทรัพย์รับเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อส่งเสริมวิถีคุณธรรมสู่เศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนในหมู่บ้านมีวิถีคุณธรรมสู่เศรษฐกิจพอเพียง โดยกระบวนการกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ปีพุทธศักราช (2550-2554) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ การประเมินสถานะคนและสังคมไทยประกอบกับบริบทการเปลี่ยนแปลงที่จะมีผลกระทบต่อการพัฒนาในอนาคต ดำรงชีวิตอย่างมั่นคงทั้งในระดับครอบครัวและชุมชน พัฒนาระบบการคุ้มครองทางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลายและครอบคลุมทั่วถึง สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ส่งเสริมการดำรงชีวิตที่มีความปลอดภัย น่ายุ่ บนพื้นฐานของความยุติธรรมในสังคม เสริมสร้างกระบวนการยุติธรรมแบบบูรณาการและการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังควบคู่กับการเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิทธิและหน้าที่ของพลเมืองและความตระหนักถึงคุณค่าและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เพื่อลดความขัดแย้ง

จัดทำโครงการวางแผนงานการพัฒนาสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จัดทำแผนขยายสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในการจัดจำหน่าย ให้เข้าไปใกล้ลูกค้ามากที่สุด จัดการระบบการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาการส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพโดยศึกษาวิธีการโฆษณา บทบาทและอิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมการวางแผนโฆษณา การวิเคราะห์ผู้บริโภคในฐานะที่เป็นผู้รับสาร และวิเคราะห์สิ่งซึ่งจะเป็นแรงจูงใจผู้บริโภค รวมทั้งวิเคราะห์กระบวนการของการตลาด อันมีผลต่อการดำเนินการโฆษณา และด้านกฎหมาย การโฆษณาในรูปแบบที่เป็นการเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิดโดยใช้สื่อ หรือบริการเชิงรุก การขายโดยใช้พนักงานขายกระตุ้นความสนใจ หรือการซื้อ การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มที่เป็นลูกค้าและไม่ใช่ลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย ประชาชนทั่วไป พนักงานในองค์กร ผู้ถือหุ้น และหน่วยราชการ และจัดพิธีกรอบรมให้ความรู้และให้คำแนะนำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นการพัฒนบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ให้ทันสมัย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2549) กิจกรรมต้องกำหนดเกี่ยวกับสายผลิตภัณฑ์และรายการผลิตภัณฑ์

ให้สอดคล้องกัน โดยวิธีการต่างๆ ความสอดคล้องต้องกันของส่วนประสมผลิตภัณฑ์อาจจะกระทำได้โดย การเสนอผลิตภัณฑ์เต็มสายเพื่อกลยุทธ์การจำหน่ายทุกตลาด (full-time all-market strategy) กิจกรรมจะผลิตผลิตภัณฑ์ทุกอย่างจะขายให้กับทุกตลาดเพื่อเปิดโอกาสให้เลือกและแสวงหาโอกาสขายให้กับตลาดทุกส่วนพร้อมๆ กัน การเสนอผลิตภัณฑ์ในเฉพาะบางตลาด (market specialist) กิจกรรมจะเสนอผลิตภัณฑ์ ทุกประเภทสำหรับส่วนแบ่งตลาดใดส่วนแบ่งตลาดหนึ่งโดยเฉพาะ การเสนอสายผลิตภัณฑ์เฉพาะประเภทใดประเภทหนึ่งให้กับทุกตลาด (product-line specialist) คือ การผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาสายเดียวโดยเฉพาะ แต่เสนอขายให้กับทุกตลาด การเสนอเฉพาะผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวและจำหน่ายในตลาดเดียว (permitted product line specialist) กิจกรรมจะออกแบบผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่างเดียวหรือชนิดเดียว ซึ่งมีคุณค่า และมุ่งที่จะขายเฉพาะส่วนแบ่งตลาดเดียวเท่านั้น

การพัฒนาด้านการขยายการตลาดให้กว้างไกลออกไปสู่ตลาดโลก ได้แก่ จัดให้ฝ่ายการตลาด ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการขยายตลาด จากหน่วยราชการและหน่วยงานอิสระ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งออก กรมเจรจาระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมศุลกากร สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานวิจัยด้านการตลาดและการลงทุน สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสำนักงานเกษตรจังหวัด และสมาคมต่างๆ รวมถึงเอกสารในห้องสมุดของสถาบันการศึกษา และศึกษาคู่แข่งทางการตลาด ทำให้เราทราบว่า สินค้าที่เราากำลังผลิตจำหน่าย มีผู้ผลิตขายอยู่แล้วในขณะนี้หรือยัง และมีปริมาณมากน้อยเท่าใด ทั้งนี้เพื่อมาวิเคราะห์ว่า เราจะผลิตในรูปแบบอื่นใดได้บ้างและค้นหาจุดแข็ง และจุดอ่อนของคู่แข่ง จัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดคิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ก้าวล้ำหน้าคู่แข่ง วิเคราะห์จากจำนวนความต้องการของตลาดในรอบปีที่ผ่านมาว่ามีปริมาณอยู่ในเชิงบวกหรือลดลงในอัตราส่วนเท่าใดเพื่อนำไปสู่การประมาณการทางการตลาดได้อย่างสอดคล้อง สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและผู้คาดหวัง เพื่อสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีประสบการณ์ร่วมกับตราสินค้า กิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารการตลาด พัฒนาโครงสร้างองค์กรและวิธีการเกี่ยวกับผลตอบแทนพัฒนาและปรับเปลี่ยนแนวคิดจากเดิมเสียใหม่อีกด้วย โดยปกติแล้วองค์กรมักจะจัดโครงสร้างเพื่อผลิต ขาย สินค้าและบริการ แต่ทั้งนี้มีการวางแผนโครงสร้างเพื่อบริการลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยโครงสร้างในอนาคตนั้นจะถูกออกแบบภายใต้คำสั่งและการควบคุมโครงสร้างเพื่อจัดวางพนักงานและกระบวนการตามหน้าที่ที่ถูกระบุขึ้นในองค์กร เพื่อรองรับในอนาคต และส่งเสริมการขายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เช่น จัดสินค้าเข้าร่วมในงานแสดงสินค้า นำเสนอต่อร้านขายของฝากห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เนื่องจากการซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อไปเพื่อเป็นของฝากและซื้อ

ใช้เอง ส่วนการซื้อไปเพื่อขายต่อยังมีน้อยอยู่ จุดนี้จึงถือเป็นโอกาสอีกทางหนึ่งที่จะสามารถขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งได้อีกด้วย เพื่อเป็นการรองรับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้น โดยจัดทำแผนการพัฒนาระบบการผลิตให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ และสามารถผลิตได้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของคอตเลอร์ และคณะ (Kotler, et al. 1999) ได้กล่าวว่าคนกลางทางการตลาด (marketing intermediaries) หรือเรียกว่า สถาบันทางการตลาด (marketing institution) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่เข้ามาดำเนินงานระหว่างผู้ผลิตสินค้า กับผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย

1. พ่อค้าคนกลาง (merchant middlemen) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ซื้อสินค้าไปขายต่อเพื่อเอากำไร และมีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ตนจำหน่ายอยู่ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก เป็นต้น
2. ตัวแทนคนกลาง (agent middlemen) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ค้นหาลูกค้าให้แก่ผู้ผลิตและทำการเจรจาต่อรองให้ผู้ผลิต แต่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เสนอขาย เช่น นายหน้า ตัวแทนผู้ผลิต ตัวแทนขาย เป็นต้น

แนวทางการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนที่บ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการพัฒนาจากบนพื้นฐานในการดำรงชีวิตของสมาชิกกลุ่ม ต้องพัฒนาตลอดเวลา และเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันว่ามีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากสมาชิกกลุ่มดำรงชีวิตตามแนวพระราชดำริ **หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงพระราชทานในการแก้ไขปัญหของประเทศ คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีความรู้คู่คุณธรรมนำไปสู่ความสมดุลมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้นสมาชิกกลุ่มต้องเริ่มวางแผนการใช้จ่ายภายในครอบครัว โดยการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในครัวเรือน รู้จักเก็บออมเงินเพื่อไว้ใช้ในอนาคต และต้องรู้จักการรักษาสุขภาพ สภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งการปลูกฝังจิตสำนึกในการพึ่งตนเองดัง **หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** เป็นการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี และแนวทางการพัฒนาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ปีพุทธศักราช (2550) เพื่อเป็นการพัฒนาอย่างแท้จริงและยั่งยืนต่อไป

#### ข้อเสนอแนะ

##### 1. ข้อเสนอแนะทั่วไป จากผลการวิจัยพบข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรพัฒนาศักยภาพพนักงานด้านการบริหารจัดการระบบการผลิตด้วย ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงด้านการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด

กลไกของการเชื่อมโยงที่สำคัญ คือ ระบบข้อมูล ข่าวสาร ติดตามข้อมูลจากทางด้านการตลาดลงไปสู่การผลิต

2. ควรส่งเสริมการขาย การตลาดจำเป็นจะต้องเชื่อมโยงไปสู่การตลาดในลักษณะของการหมุนเวียนถ่ายเทอย่างเป็นระบบครบวงจรโดยต่อเนื่อง การรักษาดตลาด ตลอดจนเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด การศึกษาและวิจัยตลาด เพื่อชี้ให้เห็นถึง โอกาสและช่องทางการตลาดของตลาดเป้าหมาย และนำไปสู่ความเข้าใจในเรื่องของความต้องการของตลาด

3. ควรมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่จะขายในตลาดเป้าหมาย การพัฒนาคุณภาพและผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนนี้เป็นการใช้ความรู้ทางด้านการตลาดและความรู้ทางเทคโนโลยีในการผลิตและการตลาด การเจาะและขยายตลาด การส่งเสริมการขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัดแสดงสินค้า ทำการส่งเสริมการขาย ศักยภาพ และการอิมิตัวของตลาดเพื่อหาทางกระจายตลาด การศึกษาเรื่องการกำหนดคุณภาพ มาตรฐาน กฎระเบียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อ ที่จะส่งออกไปขายในตลาดเป้าหมายเพื่อพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และมาตรฐานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

4. ควรมีการประเมินศักยภาพ และส่วนแบ่งการตลาดของกลุ่ม การพัฒนาและส่งเสริมการตลาดภายในประเทศควบคู่ไปกับการสนับสนุนการกระจายการผลิต คือ การพัฒนาระบบการตลาดให้มีส่วนเชื่อมโยงกับการผลิตสินค้า การขาย การปรับปรุงคุณภาพ ควบคุมคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อสนองการผลิตเพื่อขายภายในประเทศและการส่งออกไปยังต่างประเทศ และกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ในการหาตลาดใหม่ การหาแหล่งเงินทุน และจัดฝึกอบรมแก่สมาชิกกลุ่ม เพื่อพัฒนาความรู้และความชำนาญอย่างต่อเนื่อง อันจะนำมาสู่การพัฒนาของกลุ่มหัตถกรรมหินอ่อนพ่อบ้านแม่บ้านตำบลหนองกระโดน อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพอย่างแท้จริง และยั่งยืนต่อไป

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาข้อมูลในการพัฒนากลุ่มต่างๆ หรือศึกษาข้อจากชุมชนในพื้นที่ที่ทำการวิจัย โดยการศึกษาวิจัยเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนากลุ่มในด้านต่างๆ ในชุมชน
2. ควรเพื่อนั้นให้ได้แนวทางที่สามารถปฏิบัติได้ในเชิงลึก และมีการศึกษาในเชิงพัฒนาที่ยั่งยืน
3. ควรมีการวิจัยเชิงทดลอง โดยใช้แนวทางการพัฒนากลุ่มในชุมชนให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการพัฒนากลุ่มหัตถกรรมของชุมชนอื่นๆ เพื่อให้ได้การพัฒนาแบบยั่งยืนต่อไป