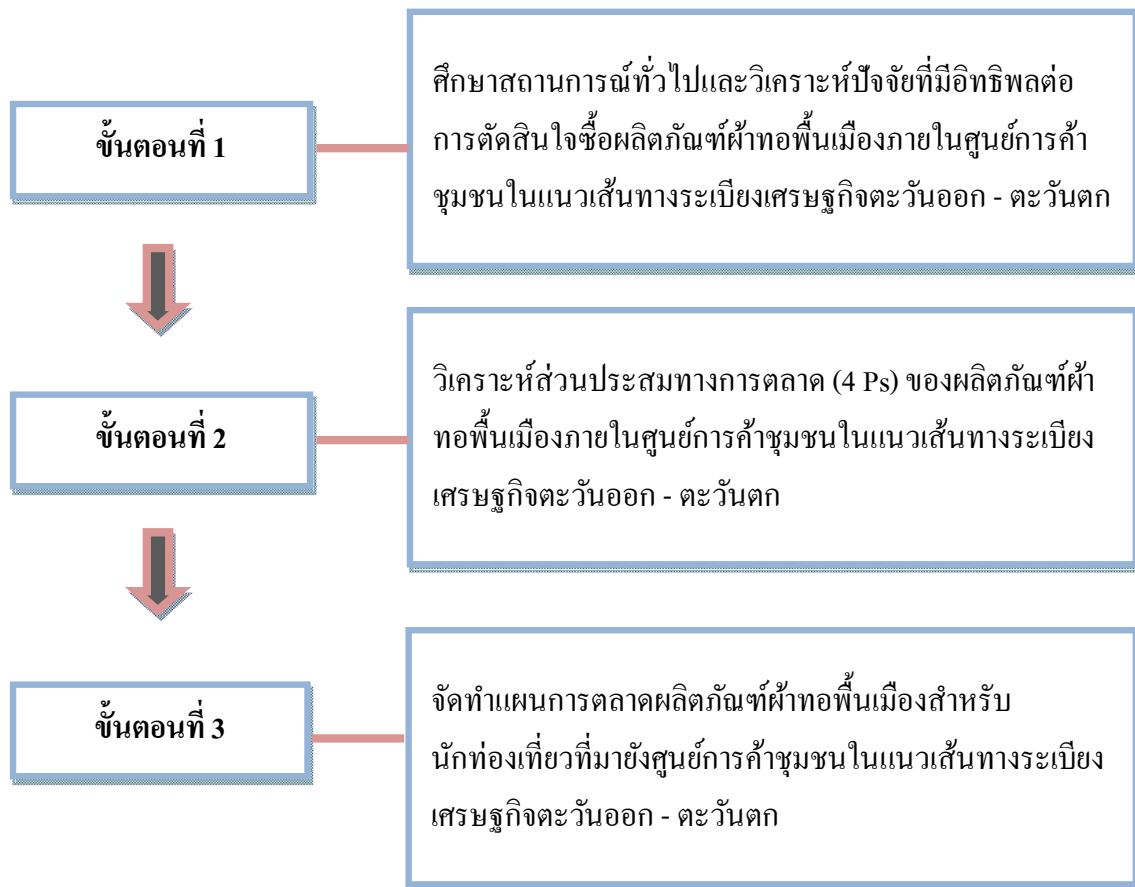


บทที่ 6

แผนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชน ในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกผู้วิจัยได้นำเสนอแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก เป็นการนำเสนอข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เกิดจากการศึกษาและรวบรวมจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ได้แก่ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมือง และการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มายังศูนย์การค้าชุมชน 2) ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยปรับปรุงจาก Kotler (2007), ชนกฤต สังข์เฉย (2550), ตาบทิพย์ ไพรพรศักดิ์ (2546), วิกรานต์ มงคลจันทร์ (2555), นิตยาพร เสมอใจ (2549), ประเสริฐศิริ เสรีวรรณ (2556) ดังนี้



ภาพที่ 6.1 ขั้นตอนการจัดทำแผนพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน

1. ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสถานการณ์ทั่วไปและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมือง ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชน และเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก โดยผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดในบทที่ 4 มีหัวข้อดังต่อไปนี้ 1) ความโดดเด่นมีเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมืองอีสาน 2) ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่จัดจำหน่ายภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก 3) สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่จัดจำหน่ายภายในศูนย์การค้า

ชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกและในบทที่ 5 ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (นักท่องเที่ยว) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชนแหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ประเภทของผ้าทอพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

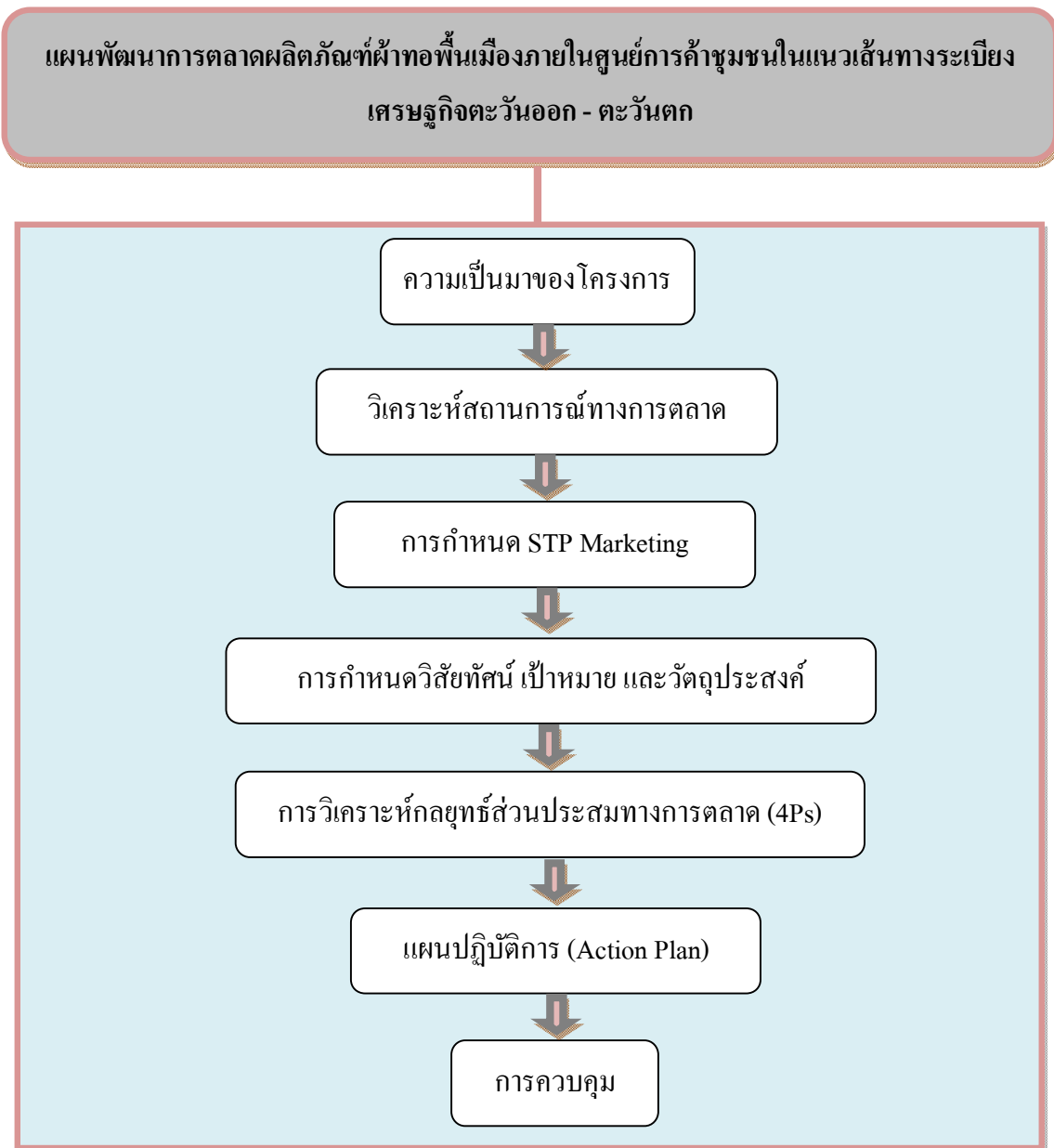
2. ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดในบทที่ 4 มีหัวข้อที่ 4) มุมมองด้านการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่จัดจำหน่ายภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก และผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยได้นำเสนอในบทที่ 5 ส่วนที่ 3 ผลการศึกษากับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

3. ขั้นตอนที่ 3 จัดทำแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

การจัดทำแผนการตลาดนี้เป็นข้อเสนอแนะจากผู้วิจัยและข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่จัดจำหน่ายภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกและเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมือง และผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจของตนได้โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6.2 ขั้นตอนแผนพัฒนาการตลาด

1) ความเป็นมาของโครงการ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศดั่งนั้นประเทศที่กำลังพัฒนาจึงเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยเริ่มต้นจากการพัฒนาเส้นทางคมนาคมร่วมกันระหว่างไทยกับกลุ่มประเทศอินโดจีนแนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก (East West Economic Corridor: EWEC) เป็นหนึ่งในการพัฒนาเส้นทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงการค้าการลงทุน ประกอบด้วย เวียดนาม พม่า ลาว และไทย ซึ่งมีระยะทางอยู่ในเขตประเทศไทยเป็นระยะทางยาวที่สุด โดยในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกได้ผ่านจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้แก่ มุกดาหาร กาฬสินธุ์ และขอนแก่น ซึ่งเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจนี้เป็นการเชื่อมจากทะเลจีนใต้ไปสู่มหาสมุทรอินเดียซึ่งสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศอินเดียและตะวันออกกลางได้ ในกลุ่มประเทศในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก มีความโดดเด่นในเรื่องของงานหัตถกรรมที่ได้รับวัฒนธรรมสืบทอดกันมาและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสินค้าของที่ระลึกถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและผ้าทอพื้นเมืองเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก มีเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่น และยังสามารถนำผ้าทอพื้นเมืองนี้มาผลิตแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึกต่างๆ ได้มากมาย

สินค้าของที่ระลึกประเภทผ้าทอพื้นเมืองไทยเป็นภูมิปัญญาล้ำค่าที่สืบทอดต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ ลวดลาย และสีสันทัน แตกต่างกันไปตามความเชื่อและประเพณีของแต่ละท้องถิ่น ผ้าไทยจึงได้มีการขึ้นทะเบียนมรดกทางภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง (วิรงรอง พรหมมี, 2556) ในปัจจุบันนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถทรงเห็นถึงความสำคัญของผ้าทอพื้นเมืองของไทย พระองค์ทรงสนพระราชหฤทัยผ้าพื้นเมืองเกือบทุกประเภทอย่างแท้จริง และทรงตั้งมูลนิธิศิลปาชีพ ในพระบรมราชินูปถัมภ์เพื่อส่งเสริมการทอผ้าของชาวบ้านในชนบท ทรงเป็นผู้นำในการใช้สอยผ้าพื้นเมืองของไทย ในชีวิตประจำวันและในงานพระราชพิธีที่สำคัญ ทรงนำผ้าไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ ลวดลายที่ชาวบ้านได้สืบทอดกันมาแต่โบราณนั้นได้ทรงเก็บตัวอย่างไว้เพื่ออนุรักษ์และเพื่อศึกษาและสืบทอดต่อไป (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2556) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแหล่งผลิตผ้าที่มีคุณภาพในหลายพื้นที่ และได้รับการยอมรับในด้านความงดงาม สีสันทัน และลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้า ซึ่งผ้าทอพื้นเมืองของทางภาคอีสานนั้นได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผ้าทอพื้นเมืองเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก มีเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่น และยังสามารถนำผ้าทอพื้นเมืองนี้

มาผลิตแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึกได้มากมาย เช่น กระเป๋า หมอน ตุ๊กตา ปกหนังสือ รองเท้า เป็นต้น

ในปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการภายในประเทศอยู่หลายระดับ ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก หรือขนาดย่อม ผู้ประกอบการบางระดับสามารถผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้ หากแต่ยังมีผู้ประกอบการขนาดย่อม ระดับพื้นบ้านหรือชุมชนอีกมากที่ยังขาดการสนับสนุน พัฒนา และการให้ความรู้ด้านการจัดการ การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ จึงควรมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาระดับการผลิตให้เป็นที่ยอมรับ หรือพัฒนาให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ในการพัฒนาการจัดการด้านการตลาดในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดย่อมนั้นมีความเป็นไปได้ หากผู้ประกอบการขนาดย่อมมีการรวมตัวกันหรือมีการดำเนินธุรกิจในลักษณะชุมชนทางการค้า โดยธุรกิจศูนย์การค้าชุมชนหรือ Community mall เป็นทางเลือกหนึ่งที่นักลงทุนสามารถเข้ามาลงทุนทำการค้าเพื่อนำเสนอสินค้าแก่กลุ่มตลาดเป้าหมายได้ เนื่องจากธุรกิจศูนย์การค้าชุมชน เป็นธุรกิจศูนย์การค้าปลีกแบบใหม่ที่กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เพราะเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าและบริการที่หลากหลายในรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจต่างไปจากห้างสรรพสินค้า โดยศูนย์การค้าชุมชน มีการขยายตัวจากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลสู่แต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ สืบเนื่องมาจากการเตรียมตัวต้อนรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และพื้นที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ส่งผลให้มีการขยายตัวของธุรกิจศูนย์การค้าชุมชนมากขึ้นในหลายจังหวัด ปัจจุบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีศูนย์การค้าชุมชนเปิดใหม่อย่างต่อเนื่อง เช่น โอโซน วิลเลจ และตลาดต้นตาล จังหวัดขอนแก่น ยูดี ทาว จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น จากการศึกษาในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเพียงจังหวัดขอนแก่นเท่านั้นที่มีศูนย์การค้าชุมชน ได้แก่ ตลาดต้นตาล และโอโซน วิลเลจ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางคมนาคมในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก จะได้ประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวศูนย์การค้าชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ได้รวมตัวกันมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยผู้ใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-40 ปี สถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวเดือนละ 15,001-22,500 บาท

พฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชนเพื่อเลือกซื้อของต่างๆ แหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อที่ศูนย์การค้าชุมชน ประเภทของผ้าทอพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อโดยส่วนใหญ่เป็นเครื่องนุ่งห่ม ของใช้ในครัวเรือนและกระเป๋า โดยมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเพื่อเป็นของฝาก ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองคือตนเอง สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เพราะมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ประโยชน์ในการใช้สอย และต้องการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมืองไทย มีงบประมาณในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองครั้งละ 501-1,500 บาท

จากข้อมูลดังกล่าวการเลือกตลาดเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ควรเลือกกลยุทธ์ตลาดรวม (Total Market or Undifferentiated Strategy) จากนั้นจึงพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกและยังเป็นการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมืองไทย ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย

2) การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด

2.1) วิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอก

- สภาพแวดล้อมทางการตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองนั้น เป็นสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นซึ่งแสดงออกถึงความมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นประจำท้องถิ่นนั้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยในแต่ละภูมิภาคจะมีผ้าทอพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์ที่มีความแตกต่างกันออกไป และในปัจจุบันยังมีกระแสการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมืองเกิดขึ้นจากคนรุ่นใหม่ ซึ่งได้นำผ้าทอพื้นเมืองมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ ของที่ระลึกต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผ้าทอพื้นเมือง (นพรัตน์ กอกหวาน, เรือนแก้ว จาจิตต์, วิสุทธิ การค้า, สง่า สัตนันท์ และอายุวัฒน์ ประทุมสระ, 2557: สัมภาษณ์) แต่ยังคงมีแค่กลุ่มคนที่สนใจเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับการแปรรูปผ้าทอพื้นเมือง และในศูนย์การค้าชุมชน ทั้ง 2 แห่งในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนร้านค้าหรือผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอยู่เป็นจำนวนหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง และศักยภาพทางการตลาดของผ้าทอพื้นเมือง

- คู่แข่งขัน

เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ EWEC นั้น ประกอบด้วยประเทศไทย ลาว เวียดนาม และพม่า ซึ่งแต่ละประเทศมีความโดดเด่นในเรื่องของงานหัตถกรรม (วิสุทธิ การค้า, 2557: สัมภาษณ์) โดยผ้าทอพื้นเมืองนั้นเราจะเห็นได้ว่า ประเทศไทย ลาว เวียดนาม พม่า มีการใช้ผ้าทอพื้นเมืองในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเครื่องนุ่งห่มที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ (วิสุทธิ การค้า และสง่า สัตนันท์, 2557: สัมภาษณ์) ปัจจุบันกระแสของธุรกิจศูนย์การค้าชุมชนเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องภายในประเทศไทย เป็นศูนย์การค้าทางเลือกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในการเลือกซื้อของใช้ เดินเล่น นัดพบปะ เนื่องจากเป็นศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่กลางแจ้ง การตกแต่งพื้นที่ที่แตกต่างไปจากห้างสรรพสินค้า และมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายแตกต่างจากห้างสรรพสินค้า เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสามารถกระจายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคได้ เกิดโอกาสในการสร้างกลุ่มตลาดได้หลายระดับ และจังหวัดขอนแก่นยังเป็นศูนย์กลางของเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ EWEC และเป็นศูนย์การเมืองเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีกด้วย นับว่าเป็นจุดแข็งและ โอกาสที่ดีของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในการสร้างแบรนด์ให้เติบโตได้ต่อไปในอนาคต

- สถานการณ์ทางการเมือง

ปัจจุบันสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยมีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรง ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลง เนื่องจากเกิดความกังวลในการเดินทางทำให้เดินทางน้อยลง

- เศรษฐกิจ

ปัจจุบันเศรษฐกิจภายในประเทศไทยค่อนข้างตก เนื่องจากเศรษฐกิจโลกก็มี การชะลอตัวช้าของเครื่องใช้อุปโภคบริโภคมีราคาสูงขึ้น ค่าครองชีพสูงขึ้น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจก็จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือทำให้ผู้บริโภคเกิดความประหยัดมากขึ้นในการใช้จ่ายใช้สอย อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง แต่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยังคงมีการดำเนินและการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดมาจากการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงเกิดการพัฒนาก่อสร้างพื้นฐานต่างๆ รวมถึงเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก ข ตะวันตก ซึ่งเชื่อมเส้นทางของ 4 ประเทศเข้าด้วยกัน ได้แก่ ไทย ลาว พม่า และเวียดนาม ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจขึ้นบนเส้นทางเหล่านี้ และการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ จังหวัดขอนแก่นซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกและเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พัก การคมนาคม สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และของที่ระลึก เป็นต้น

- เทคโนโลยี

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นเรื่อยๆ และผู้บริโภคนิยมบริโภคสื่อตามกระแส ดังนั้นเทคโนโลยีจึงมีส่วนสำคัญในการช่วยให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ในการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการทำร้านค้าออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการฟรีและเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก เช่น Facebook, Instagram, OLX เป็นต้น หรือจะเป็นเว็บไซต์ของท้องถิ่นที่มีหน้าสำหรับให้ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของตนขายออนไลน์ เช่น khonkaenlink (www.khonkaenlink.info)

2.2) วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกSWOT Analysis

ตารางที่ 6.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

จุดแข็ง (Strengths)
1. ผ้าทอพื้นเมืองมีชื่อเสียงและมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะถิ่น ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน 2. บุคลากรที่ผลิตผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองที่หลากหลายประเภท ได้แก่ การทอผ้าไหม การทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ 3. มีผู้ประกอบการที่เป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง 4. จังหวัดขอนแก่นเป็นเพียงจังหวัดเดียวในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก เขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีศูนย์การค้าชุมชน 5. จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองเศรษฐกิจที่มีนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าอยู่ประจำ 6. จังหวัดขอนแก่นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับนักท่องเที่ยว
จุดอ่อน (Weaknesses)
1. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมีรูปแบบที่ซ้ำกันในแต่ละร้าน 2. การแปรรูปผ้าทอพื้นเมืองยังมีภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดเจน 3. เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคคิดว่าเหมาะกับผู้มีอายุ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจึงยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก 4. การประชาสัมพันธ์สำหรับผ้าทอพื้นเมืองในปัจจุบันยังน้อยอยู่ 5. ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

ตารางที่ 6.1 วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง
ภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก (ต่อ)

จุดอ่อน (Weaknesses)
6. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองยังมีราคาสูงอยู่เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทดแทนที่สามารถใช้งานได้เหมือนกัน
7. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเป็นสินค้าที่เก็บและดูแลรักษายาก เนื่องจากเป็นผ้าอาจเกิดการขึ้นราหรือซักรแล้วเกิดความเสียหายได้ เป็นต้น
โอกาส (Opportunities)
1. การคมนาคมสะดวกสบาย สถานที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย
2. โครงการเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor) ที่ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางการเดินทางและการท่องเที่ยว
3. ยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กิจกรรมนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนา นวัตกรรมทางความคิดเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจด้านนันทนาการ โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการสินค้า OTOP และของที่ระลึก เป็นต้น
4. การรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถเปิดเสรีทางการค้าได้มากยิ่งขึ้น
5. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะสามารถเปิดโอกาสในการเดินทางของนักท่องเที่ยวใน ประเทศสมาชิกเพิ่มขึ้น
6. กระแสการอนุรักษ์ที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมผ้าทอพื้นเมือง
อุปสรรค (Threats)
1. สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง
2. สถานการณ์ความไม่สงบของจังหวัดชายแดนภาคใต้
3. สภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้นักท่องเที่ยวคำนึงถึงเรื่องการใช้จ่ายน้อยมากขึ้น
4. ผู้ประกอบการบางรายใช้ผ้าสำเร็จรูปเพื่อลดต้นทุน
4. ยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐเข้าไปส่งเสริมและสนับสนุนโดยตรง

(ปรับปรุงจาก นพรัตน์ กอกหวาน, เรือนแก้ว จาจิตต์, วิสุทธิ์ การค้า, สง่า สัตนันท์ และอายุวัฒน์ ประทุมสระ, 2557: สัมภาษณ์)

3) การวางแผนการตลาด

3.1) การกำหนด STP Marketing

เนื่องจากปัจจุบันหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ รวมถึงกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองยังไม่มีกำหนด STP จากการที่ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลและได้ผลการศึกษา จึงนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนด STP ในแผนการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก เพื่อที่จะสามารถกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด เลือกตลาดเป้าหมาย และพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1) การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

- การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) คือ การแบ่งส่วนตลาดตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และระดับการศึกษา

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยสามารถพิจารณาเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

เพศ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ด้านประเภทของผ้าทอพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ (0.004) และด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.034) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ด้านแหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.050) ด้านประเภทของผ้าทอพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ (0.049) และด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพ พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอย่าง (0.000) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภูมิธำเนา พบว่า ภูมิธำเนา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชน (0.010) และด้านสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอย่างมี (0.001) นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชน (0.041) ด้านแหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.039) ด้านประเภทของผ้าทอพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อ (0.000) และด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ พบว่า รายได้ครอบครัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกด้านแหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.033) ด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชน (0.048) ด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.009) ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.024) และด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.024) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวในพื้นที่ศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติเป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ โดยมีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีสถานภาพโสด ภูมิธำเนาอาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษารองลงมาคือ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวเดือนละ 15,001-22,500 บาท

- การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics Segmentation) คือการแบ่งส่วนตลาดออกเป็นกลุ่มที่แตกต่างกันโดยถือหลักเกณฑ์ด้านชั้นของสังคม ได้แก่ อาชีพและรายได้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่ยังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษารองลงมาคือ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวเดือนละ 15,001-22,500 บาท

- การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographic

Segmentation) คือ การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral

Segmentation) คือ การแบ่งส่วนตลาดโดยพิจารณาจากพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวจากผลการศึกษาพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก พบว่า โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชนของนักท่องเที่ยว เพื่อเลือกซื้อของต่างๆ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจากศูนย์การค้าชุมชนเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองประเภทเครื่องนุ่งห่มซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเพื่อเป็นของฝากให้ครอบครัวผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวคือตนเองสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวคือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และมีงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแต่ละครั้งอยู่ที่ 501-1,500 บาท

3.1.2) การเลือกตลาดเป้าหมาย (Targeting)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยผู้ใหญ่ มีอายุระหว่าง 21-40 ปี สถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีรายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวเดือนละ 15,001-22,500 บาท

พฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชนเพื่อเลือกซื้อของต่างๆ แหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อที่ศูนย์การค้าชุมชนประเภทของผ้าทอพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อโดยส่วนใหญ่เป็นเครื่องนุ่งห่ม ของใช้ในครัวเรือน และกระเป๋า โดยมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเพื่อเป็นของฝาก ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองคือตนเอง สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเพราะมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ประโยชน์ในการใช้สอย และต้องการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมืองไทย มีงบประมาณในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองครั้งละ 501-1,500 บาท

จากข้อมูลดังกล่าวการเลือกตลาดเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ควรเลือกกลยุทธ์ตลาดรวม (Total Market or Undifferentiated Strategy) คือ ความต้องการในสินค้า

หรือบริการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกันมากนักระหว่างตลาดแต่ละส่วน จากนั้นจึงพัฒนา ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดดังนั้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ควรเลือก ตลาดเป้าหมาย ดังนี้

- นักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน เนื่องจากที่ตั้งของศูนย์การค้าชุมชนตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความสะดวกในการเข้าถึง และนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เลือกมาเลือกซื้อของต่างๆ ภายในศูนย์การค้าชุมชน เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ทั้งนี้นอกจากนักท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นแล้วยังมีนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงซึ่งอยู่ในภูมิภาคเดียวกันที่เดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชนในจังหวัดขอนแก่น เช่น ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ มหาสารคาม อุดรธานี เป็นต้น

3.1.3) การกำหนดจุดยืนของผลิตภัณฑ์ (Positioning)

การกำหนดจุดยืนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกอาจกล่าวได้ว่าเป็นการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยที่ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นซึ่งผ้าทอพื้นเมืองอีสานนั้นมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์อันเกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นในการทอ ลวดลายต่างๆ และการใช้สีย้อมผ้าจากธรรมชาติ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมความสนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังศูนย์การค้าชุมชนเพื่อเลือกซื้อของต่างๆ แหล่งในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อที่ศูนย์การค้าชุมชน ประเภทของผ้าทอพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อโดยส่วนใหญ่เป็นเครื่องนุ่งห่มของใช้ในครัวเรือนและกระเป๋า โดยมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเพื่อเป็นของฝาก ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองคือตนเอง สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เพราะมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ประโยชน์ในการใช้สอย และต้องการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมืองไทยจากการศึกษาและสำรวจของผู้วิจัย พบว่า ในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น มุกดาหาร และกาฬสินธุ์ มีเพียงจังหวัดขอนแก่นเท่านั้นที่มีศูนย์การค้าชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นจุดได้เปรียบสำหรับผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน โดยผู้ประกอบการต้องสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยว

4) วิสัยทัศน์

จากผลการศึกษาหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกพบว่า ผ้าทอพื้นเมืองอีสานมีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น อันเกิดมาจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่นำวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายในพื้นที่มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งยังมีตลาด สีสันที่สวยงามที่เกิดจากธรรมชาติ ซึ่งในปัจจุบันสามารถนำมาแปรรูปเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่างๆ ได้อีกมากมาย (ปรับปรุงจาก นพรัตน์ กอกหวาน, เรือนแก้ว จาจิตต์, วิสุทธิ การค้า, สง่า สัตนันท์ และอายุวัฒน์ ประทุมสระ, 2557: สัมภาษณ์) ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดทำวิสัยทัศน์ได้ ดังนี้

“สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมล้ำค่าจากผ้าทอพื้นเมืองสู่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอีสานที่มีความทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาดในระดับสากล”

5) เป้าหมาย

เพื่อให้ได้ข้อมูลของแผนการตลาดที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงจัดกำหนดเป้าหมายของแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยแบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1) ระยะสั้น (1-2 ปี) 2) ระยะกลาง (3-5 ปี) 3) ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป) (ปรับปรุงจาก นพรัตน์ กอกหวาน, เรือนแก้ว จาจิตต์, วิสุทธิ การค้า, บุญทิพย์ บุตรโพธิ์ศรี, สุภาณี ภูแล่นกิ, สง่า สัตนันท์ และอายุวัฒน์ ประทุมสระ, 2557: สัมภาษณ์)

ระยะสั้น (1-2 ปี)

- เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมาย

- เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดขอนแก่น
- สามารถสร้างยอดขายให้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 15% ต่อปี

ระยะกลาง (3-5 ปี)

- สร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)

- ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่นเป็นที่ต้องการของตลาดในระดับสากล

6) วัตถุประสงค์

- 6.1) เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดขอนแก่น
- 6.2) เพื่ออนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมืองไทย
- 6.3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก
- 6.4) เพื่อพัฒนาราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้มีความเหมาะสม
- 6.5) เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก
- 6.6) เพื่อพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

7) การวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

จากการผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.028) ด้านผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.050) ด้านสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.021) และด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (0.019) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก ผู้วิจัยเลือกใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ส่วนประสมทางการตลาดนี้จะสามารถช่วยให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นเส้นทางเชื่อมโยงการค้าสู่อินโดจีนและจีนตอนใต้บนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก มีศักยภาพ ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถสร้างมูลค่าได้มากยิ่งขึ้น

7.1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดเรียงลำดับดังนี้ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีคุณภาพรูปร่าง/สีสันทน/ความสวยงามลวดลายความแปลกใหม่/ไม่เหมือนใครประโยชน์ใช้สอยความทนทานเก็บรักษานานบรรจุภัณฑ์มี

ความสวยงามอรรถาธิบายของผู้ขายการให้ข้อมูลของผู้ขายความสามารถในการสื่อสารของผู้ขายและมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองว่าในปัจจุบันผ้าทอพื้นเมืองเป็นสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่จัดจำหน่ายภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตกยังไม่มีหลากหลาย

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดและมุมมองในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ นพรัตน์ กอกหวาน, เรือนแก้ว จาจิตต์, เรือนแก้ว จาจิตต์, วิสุทธิ์ การค้า, สง่า สัตนันท์ และอายุวัฒน์ ประทุมสระ (2557: สัมภาษณ์) ดังนี้

- การสร้างแบรนด์ คือ สร้างความแตกต่างของรูปแบบผลิตภัณฑ์ในแต่ละผู้ประกอบการ ให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าในตลาดเป้าหมายของตน และเพื่อให้สินค้าเกิดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละผู้ประกอบการ

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้มีความหลากหลายใช้งานได้จริง
- เน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยจัดทำโครงการในการพัฒนาแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ดังนี้

- การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองให้กับผู้ประกอบการ
- กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง(Workshop)

7.2) ด้านราคา (Price)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีระดับราคาของสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีส่วนลด/สามารถต่อรองราคาได้

นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมีราคาค่อนข้างสูง และนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท เนื่องจากผ้าทอพื้นเมืองเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงอยู่แล้วเนื่องจากกรรมวิธีในการผลิต คือการใช้แรงงานคนเป็นหลักและความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทอผ้า

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีมุมมองในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (นพรัตน์ กอกหวาน, เรือนแก้ว จาจิตต์, เรือนแก้ว จาจิตต์, วิสุทธิ การค้า, สง่า สัตนันท์ และอายุวัฒน์ ประทุมสระ, 2557: สัมภาษณ์) ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทดแทนแล้วผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจึงมีราคาสูงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันเพราะผลิตจากผ้าทอพื้นเมืองซึ่งมีราคาสูง ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ผู้ประกอบการควรเริ่มจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีคุณภาพ และมีความหลากหลาย สร้างแบรนด์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเพื่อใช้ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นสำหรับผู้ประกอบการภายในศูนย์การค้าชุมชนควรกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ดังนี้

- ควรมีราคาให้เลือกหลากหลายทั้งราคาที่ต่ำ ปานกลาง และราคาสูงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท ที่อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ ซึ่งมีความหลากหลายของอายุและรายได้ที่แตกต่างกัน

- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

7.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติโดยภาพรวมที่อยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ ความสะดวกในการหาข้อมูลและมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายทาง

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากกว่านี้ และจากการศึกษา สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการบางรายมีเว็บเพจเป็นของตนเอง และบางรายยังไม่มี มีเพียงหน้าร้านที่เปิดบริการภายในศูนย์การค้าชุมชนเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยจัดทำโครงการในการพัฒนาแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ดังนี้

- โครงการพัฒนาเว็บไซต์
- กระจายสินค้าบนเส้นทางคมนาคม EWEC

7.4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ดังนี้ การออกร้านในงานจัดแสดงสินค้าการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น กิจกรรมร่วมสนุกเพื่อรับส่วนลด การส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกยังมีอยู่น้อยมาก ซึ่งผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของผ้าทอพื้นเมืองอีสานที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่น ควรค่าแก่การอนุรักษ์และพัฒนาให้เป็นที่ยู้งานและสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในระดับชุมชนได้ ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง จึงมีความสำคัญในการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกโดยจัดทำโครงการในการพัฒนาแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ดังนี้

- จัดทำแผนที่แสดงร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง
- การนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมาใช้ในสำนักงาน
- จัดงานผ้าระดับอินเตอร์ในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก -

ตะวันตกมารวมตัวกัน

- โครงการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียง

เศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ EWEC นำผ้าทอพื้นเมืองไปเป็นของฝากของที่ระลึกในงานประชุม

8) แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้อจากการศึกษา จากการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps และข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมือง มาจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก โดยข้อมูลต่อไปนี้

การเสนอแนะจากผู้วิจัย โดยมีการแบ่งโครงการออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะสั้น (Small) ระยะกลาง (Medium) และระยะยาว (Large) โดยแต่ละโครงการมีความเชื่อมโยงและต่อเนื่องกัน รายละเอียดดังนี้

1. การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองให้กับผู้ประกอบการ
2. โครงการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง
3. โครงการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ

ตะวันออก - ตะวันตก

4. จัดทำแผนที่แสดงร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง
5. โครงการพัฒนาเว็บไซต์
6. กระจายสินค้าบนเส้นทางคมนาคม EWEC
7. กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยว
8. โครงการรณรงค์การใช้ผ้าทอพื้นเมืองไทย
9. Road show: Local Textile product of EWEC route



ภาพที่ 6.3 แผนการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน

ตารางที่ 6.2 โครงการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ระยะเวลา			งบประมาณ (บาท)
		S	M	L	
1. การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองให้กับผู้ประกอบการ	- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	✓			100,000
2. โครงการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง	- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	✓			200,000
3. โครงการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก	- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ		✓		8,000,000
4. จัดทำแผนที่แสดงร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น	✓			200,000
5. โครงการพัฒนาเว็บไซต์	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น		✓		100,000
6. กระจายสินค้าบนเส้นทางคมนาคม EWEC	- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	✓			800,000
7. กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง	- ผู้ประกอบการ		✓		200,000
8. โครงการรณรงค์การใช้ผ้าทอพื้นเมืองไทย	- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น			✓	500,000
9. Road show: Local Textile product of EWEC route	- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น		✓		5,000,000

โครงการที่ 1: การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองให้กับผู้ประกอบการ
เป้าหมาย: ระยะสั้น (1-2 ปี)

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
 กลุ่มเป้าหมาย

2. เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดขอนแก่น
3. สามารถสร้างยอดขายให้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 15% ต่อปี

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้มีความหลากหลาย
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมือง
3. เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่น

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2558

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

หน่วยงานสนับสนุน

2. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

100,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ปี 2554 (ปรับปรุงจาก ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5, 2554)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
2. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกมีความหลากหลาย
3. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดขอนแก่น
4. ผู้ประกอบการมียอดขายเพิ่มขึ้น
5. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมือง

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.3 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองให้กับผู้ประกอบการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องประชุมระดมสมองในการดำเนินงาน	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดขอนแก่น	ม.ค. 58	ก.พ. 58	
2. กำหนดเวลาในการจัดอบรม	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดขอนแก่น	ม.ค. 58	ก.พ. 58	- กำหนดการอบรมทั้งหมด 6 ครั้งต่อปีสำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผ้าทอพื้นเมือง
3. ประชาสัมพันธ์โครงการ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดขอนแก่น	มี.ค. 58	มี.ค. 58	- แจ้งให้ผู้ประกอบการทราบและเข้าร่วมโครงการ
4. จัดโครงการอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองให้กับผู้ประกอบการ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดขอนแก่น 3. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 4. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มี.ค. 58	ธ.ค. 58	- จัดอบรมโดยให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ
5. ติดตามและประเมินผล	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ธ.ค. 58	ธ.ค. 58	

โครงการที่ 2: โครงการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง

เป้าหมาย: ระยะสั้น (1-2 ปี)

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย

2. เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้มีความหลากหลาย
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมือง
3. เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่น
4. เพื่อส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2559

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

หน่วยงานสนับสนุน

2. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

200,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ปี 2554(ปรับปรุงจาก ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5, 2554)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ได้ผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยจากความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบรุ่นใหม่
2. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกมีความหลากหลาย
3. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดขอนแก่น
4. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมือง

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.4 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องประชุมระดมสมองในการดำเนินงาน	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ม.ค. 58	ก.พ. 58	
2. กำหนดเวลาในการจัดประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ม.ค. 58	ก.พ. 58	
3. ประชาสัมพันธ์โครงการ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	มี.ค. 58	มี.ค. 58	
4. จัดกิจกรรมการประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 3. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มี.ค. 58	ธ.ค. 58	
5. ประกาศรางวัลผู้ชนะเลิศ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ม.ค. 59	ม.ค. 59	
6. ติดตามและประเมินผลโครงการ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ก.พ. 59	ก.พ. 59	

ตัวอย่างโครงการการจัดประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง

การจัดประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เป็นกิจกรรมในโครงการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดขอนแก่น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผ้าทอพื้นเมือง โดยคณะกรรมการจะคัดเลือกผลงาน 5 รางวัลแรก เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

โครงการสร้างเอกลักษณ์ผ้าทอพื้นเมืองอีสาน

**กิจกรรมประกวด
ประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์
จากผ้าทอพื้นเมือง**

ชิงเงินรางวัลค่า 100,000 บาท

เปิดรับสมัคร
15 ก.พ. - 30 มี.ค. 2557

คุณสมบัติของผู้สมัคร
นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีสัญชาติไทย

ประเภทของผลงานผ้า

1. ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ
2. ผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ

ติดต่อสอบถามเพิ่มเติม:
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5
www.ss5kkc.com เบอร์ 043-111-222
ss5kkc@gmail.com

ภาพที่ 6.4 ตัวอย่างโครงการจัดประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง

วัตถุประสงค์

การจัดประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เป็นกิจกรรมในโครงการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง และสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจังหวัดขอนแก่น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผ้าทอพื้นเมือง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้มีความหลากหลาย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมือง และส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

ประเภทผลงานลายผ้า

1) ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ	- ประเภทเครื่องนุ่งห่ม	1 ผลงาน
	- ประเภทของใช้	1 ผลงาน
2) ผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ	- ประเภทเครื่องนุ่งห่ม	1 ผลงาน
	- ประเภทของใช้	1 ผลงาน

รางวัลในการประกวดในแต่ละประเภท (3 ประเภท)

- รางวัลที่ 1 เงินสด 30,000 บาท 1 รางวัล พร้อมใบประกาศนียบัตร
- รางวัลที่ 2 เงินสด 20,000 บาท 1 รางวัล พร้อมใบประกาศนียบัตร
- รางวัลที่ 3 เงินสด 10,000 บาท 1 รางวัล พร้อมใบประกาศนียบัตร
- รางวัลชมเชย เงินสด 5,000 บาท 3รางวัล พร้อมใบประกาศนียบัตร

คุณสมบัติของผู้สมัคร

- เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา สัญชาติไทย

หลักเกณฑ์การตัดสิน

- ความงามในเชิงสุนทรียศาสตร์ ความคิดสร้างสรรค์
- แรงบันดาลใจ และแนวความคิดในการออกแบบ
- รูปแบบของผลิตภัณฑ์ทันสมัย ใช้งานได้จริง
- การผสมผสานและการออกแบบประยุกต์ลายผ้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้อย่างกลมกลืน

และสวยงาม มีอัตลักษณ์ในความเป็นไทยร่วมสมัย

- การนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไปผลิตและใช้ได้จริง ตามประเภทการใช้สอย

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมและส่งผลงานด้วยตนเอง

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 จังหวัดขอนแก่น

<http://ss5kkc.com>

E-mail: ss5kkc@gmail.com

เบอร์โทรศัพท์: 043-111-222

(ปรับปรุงจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา, ม.ป.ป.)

โครงการที่ 3: โครงการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ
ตะวันออก - ตะวันตก

เป้าหมาย: ระยะกลาง (3-5 ปี)

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียง
เศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

2. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่นเป็นที่ต้องการของตลาดในระดับสากล

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสู่ระดับสากล

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2563

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

หน่วยงานสนับสนุน

2. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

3. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

8,000,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณรายจ่ายแผนงานฟื้นฟูความสัมพันธภาพและพัฒนาความร่วมมือ
กับประเทศในภูมิภาค ปีงบประมาณ 2556 (ปรับปรุงจาก สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2556)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ
ตะวันออก - ตะวันตกมีความหลากหลาย และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่นเป็นที่ต้องการของตลาดในระดับสากล

3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในระดับสากล

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.5 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องประชุมเพื่อหาแนวทางในการดำเนินงาน	1. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ 2. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 3. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ม.ค. 58	ก.พ. 58	
2. หาข้อกำหนดในการสร้างมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง	1. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ 2. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 3. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มี.ค. 58	ก.พ. 59	- สำรวจประเภทและราคาของสินค้า - สำรวจวัตถุดิบและแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง
3. ทำวิจัยการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในกลุ่มประเทศบนแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ EWEC	1. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ	มี.ค. 59	มี.ค. 60	
4. เรียกประชุมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อสร้างข้อตกลงในการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	เม.ย. 60	เม.ย. 60	

ตารางที่ 6.5 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
	3. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น			พื้นเมือง และคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่แปรรูปแล้ว
5. กำหนดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก	1. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ 2. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	พ.ค. 60	ธ.ค. 63	เช่น กำหนดมาตรฐานราคาสินค้า คุณภาพของผ้าทอ
6. ประชุมคณะกรรมการ เพื่อสรุปและประเมินผลการดำเนินงาน โครงการ	1. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ 2. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 3. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ธ.ค. 63	ธ.ค. 63	

โครงการที่ 4: จัดทำแผนที่แสดงร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

เป้าหมาย: ระยะสั้น (1-2 ปี)

1. เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน
2. เพื่อรวบรวมผู้ประกอบการเกี่ยวกับผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดขอนแก่น และในแนว

เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2558

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น

หน่วยงานสนับสนุน

2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

200,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณรายจ่ายแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ
ปีงบประมาณ 2556 (ปรับปรุงจาก สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2556)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนมีชื่อเสียงและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดขอนแก่น และในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายได้
3. ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.6 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการจัดทำแผนที่แสดงร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. ประชุมหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น	ม.ค. 58	ก.พ. 58	
2. สำรวจธุรกิจเกี่ยวกับผ้าทอพื้นเมือง	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น	มี.ค. 58	ธ.ค. 58	- โดยแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ 1) กลุ่มที่ผลิตผ้าทอพื้นเมือง คือ ชุมชนที่มีชื่อเสียงในการทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย 2) ผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองแปรรูป
3. จัดทำแผนที่แสดงร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น	ม.ค. 59	ก.ย. 59	- จัดทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวภายในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 6.6 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการจัดทำแผนที่แสดงร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				ประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น มุกดาหาร และกาฬสินธุ์ แสดง พื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตและ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง
4. ติดตามผลและปรับปรุง				- ปรับปรุงเส้นทางให้ทันสมัยอยู่เสมอ

โครงการที่ 5: พัฒนาเว็บไซต์

เป้าหมาย: ระยะกลาง (3-5 ปี)

1. ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น
2. นักท่องเที่ยวมีช่องทางในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมากขึ้น
3. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมียอดขายเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

2. เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนจังหวัดขอนแก่น
ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2558

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น

หน่วยงานสนับสนุน

2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น
3. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น
4. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

100,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณรายจ่ายแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ
ปีงบประมาณ 2556 (ปรับปรุงจาก สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2556)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนใน
แนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

2. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนจังหวัดขอนแก่นเป็นที่รู้จักของ
นักท่องเที่ยวในระดับสากล

3. นักท่องเที่ยวมีช่องทางในการเลือกซื้อและเข้าถึงผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมากขึ้น
4. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองมียอดขายเพิ่มขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน:

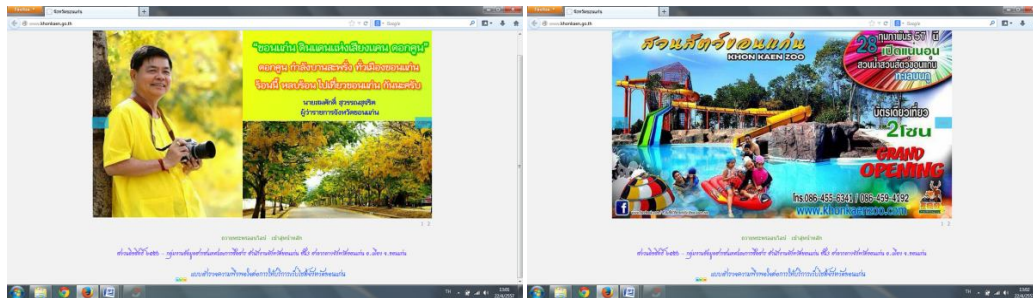
ตารางที่ 6.7 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการพัฒนาเว็บไซต์

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องประชุมหาเพื่อแนวทางในการดำเนินการ	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น 3. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่ม น้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ม.ค. 58	ก.พ. 58	- จัดทำเว็บไซต์ - จัดอบรมช่องทางการจัดจำหน่าย ทางออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจผ้าทอ พื้นเมือง
2. จัดการอบรมการสร้างเว็บไซต์สำหรับผู้ประกอบการ	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น	มี.ค. 58	พ.ค. 58	- เชิญผู้ประกอบการที่จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายใน ศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทาง ระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ ผ้าทอพื้นเมืองอบรมในครั้งนี้
3. จัดทำเว็บไซต์	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน จังหวัดขอนแก่น 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด ขอนแก่น			- จัดทำเว็บไซต์รวมของดีและ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัด ขอนแก่น รวบรวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ ผ้าทอพื้นเมือง ทั้งจากแหล่งผลิต

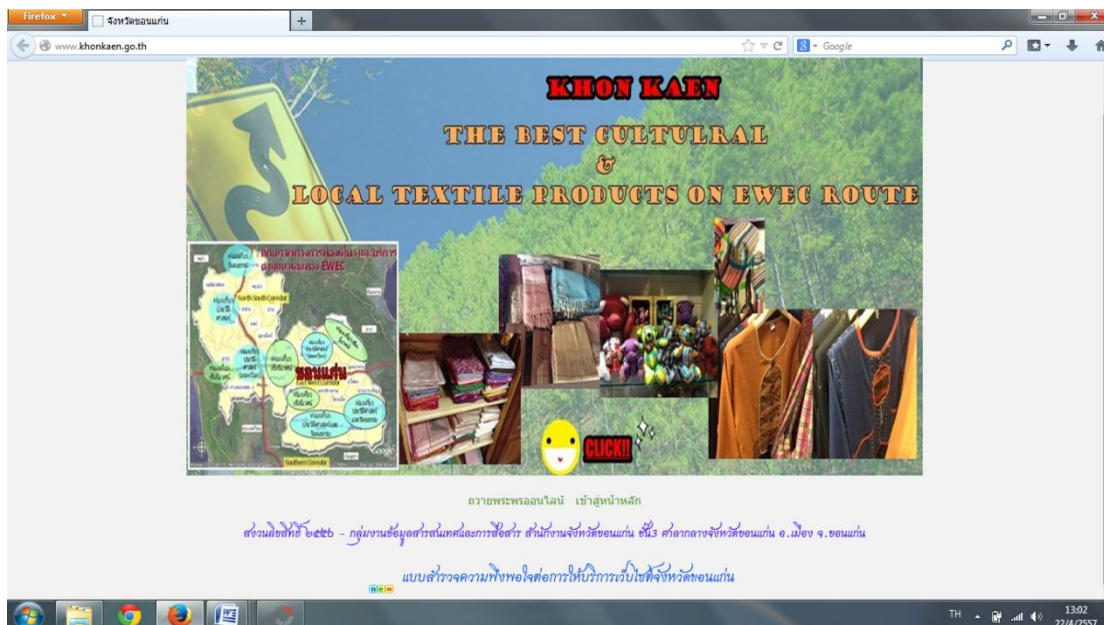
ตารางที่ 6.7 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการพัฒนาเว็บไซต์ (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
	3. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ กลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น			โดยตรง และร้านที่จำหน่ายเป็นของ ที่ระลึก สำหรับนักท่องเที่ยว ภายใน เส้นทางท่องเที่ยวของ จังหวัดขอนแก่นและบนแนว ระเบียงในแนวเส้นทางระเบียง เศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและ เป็นการขยายช่องทางการจัด จำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการ และ กลุ่มผู้ผลิตในชุมชน
4. ติดตามและประเมินผลโครงการ	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น	ธ.ค. 58	ธ.ค. 58	

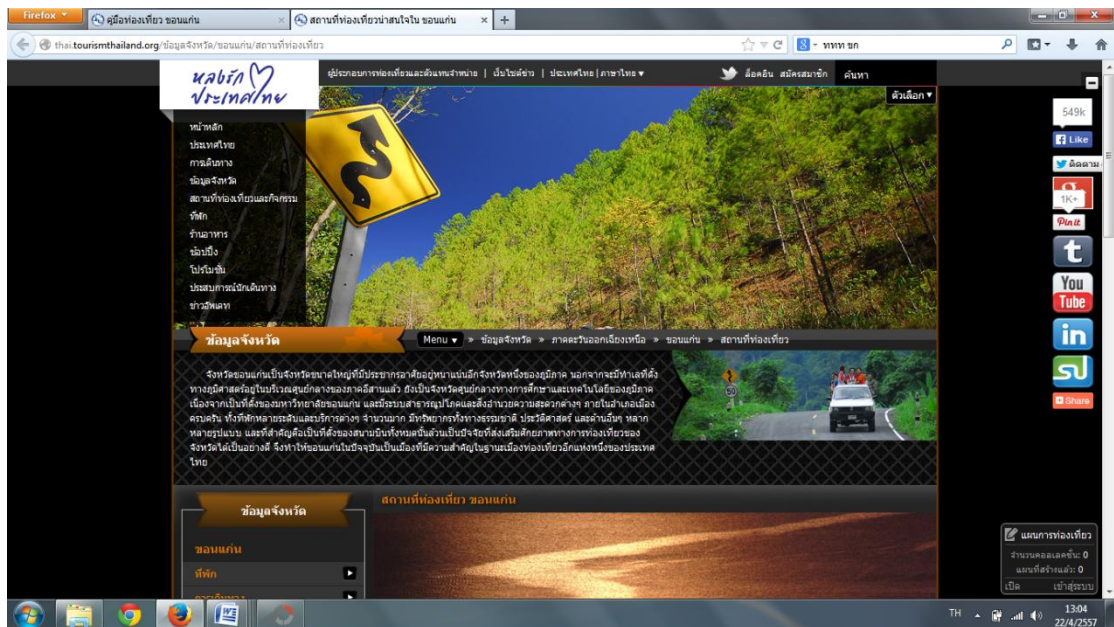
ตัวอย่างเช่น การรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หรือสำนักงานจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบในการหาข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นหรือเส้นทางคมนาคม EWEC



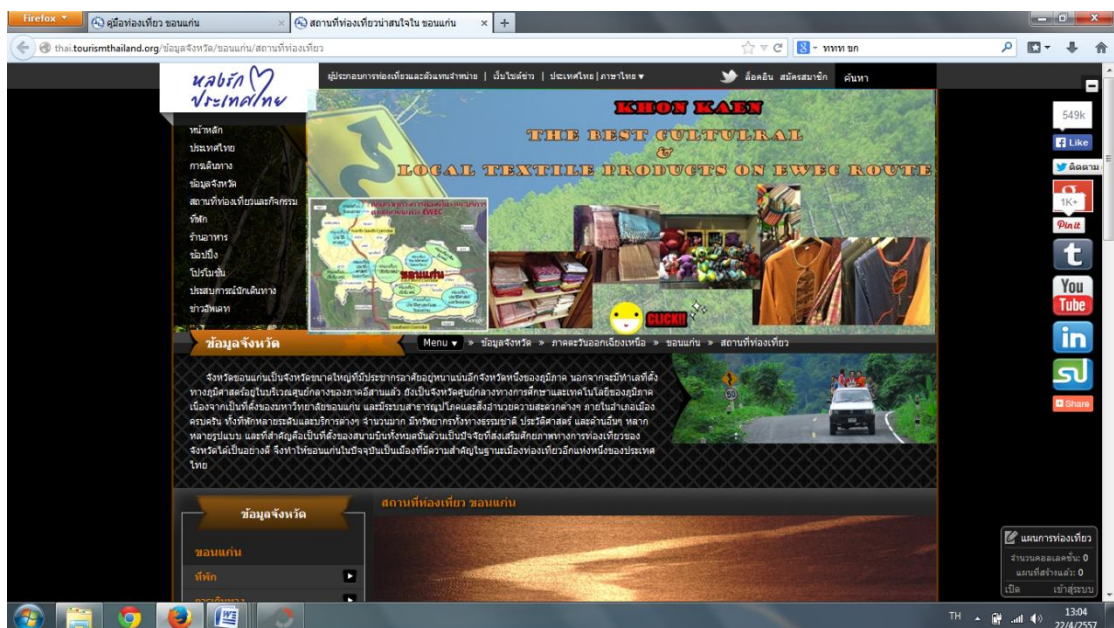
ภาพที่ 6.5 เว็บไซต์สำนักงานจังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ 6.6 เว็บไซต์สำนักงานขอนแก่นหลังจากปรับปรุง



ภาพที่ 6.7 เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ภาพที่ 6.8 เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหลังจากปรับปรุง

โครงการที่ 6: กระจายสินค้าบนเส้นทางคมนาคม EWEC

เป้าหมาย: ระยะกลาง (3-5 ปี)

1. เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายในระดับสากล
2. เพื่อสร้างกำไรให้กับผู้ประกอบการเกี่ยวกับผ้าทอพื้นเมือง

วัตถุประสงค์:

1. ผลผลิตผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนของจังหวัดขอนแก่นเป็นที่รู้จักในระดับสากล

2. เพื่อยกระดับผลผลิตผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในจังหวัดขอนแก่น

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2563

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

หน่วยงานสนับสนุน

2. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

800,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณแผนพัฒนาจังหวัดขอนแก่น ปี 2557 - 2560 ยุทธศาสตร์ที่ 6 แผนพัฒนาสู่มหานครแห่งอาเซียน (ปรับปรุงจาก สำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2555)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายในระดับสากล
2. ผลผลิตผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนของจังหวัดขอนแก่นเป็นที่รู้จักในระดับสากล

3. ยกระดับผลผลิตผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในจังหวัดขอนแก่น

4. ผู้ประกอบการมียอดขายเพิ่มขึ้น

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.8 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการกระจายสินค้าบนเส้นทางคมนาคม EWEC

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องประชุมเพื่อหาแนวทางในการดำเนินงาน	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ม.ค. 58	ก.พ. 58	
2. ประชาสัมพันธ์โครงการ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	มี.ค. 58	ธ.ค. 58	- ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจในเส้นทาง EWEC เข้าร่วมโครงการ
3. ดำเนินกระจายสินค้าบนเส้นทางคมนาคม EWEC	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ม.ค. 59	ธ.ค. 63	- เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (EWEC) เป็นผลมาจากการท่องเที่ยวเป็นผู้นำการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตกจึงทำให้เกิดกิจกรรมและการท่องเที่ยวที่นำการค้าและการลงทุนมายังแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก

ตารางที่ 6.8 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการกระจายสินค้าบนเส้นทางคมนาคม EWEC (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				แนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตกได้พาดผ่านประเทศไทยเป็นระยะทางยาวที่สุด ดังนั้นการกระจายสินค้าไปยังเส้นทางคมนาคม EWEC นั้นถือว่าเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองโดยการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองวางจำหน่ายตามจุดพักรถหรือร้านจำหน่ายของที่ระลึกในจังหวัดต่างๆ ภายในเส้นทาง
4. ติดตามและประเมินผล	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ธ.ค. 63	ธ.ค. 63	

โครงการที่ 7: กิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน

(Workshop)

เป้าหมาย: ระยะสั้น (1-2 ปี)

1. เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองด้วยตนเอง
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของตน

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้มีความหลากหลาย
2. เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความใกล้ชิดกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เห็นถึงความสำคัญของผ้าทอพื้นเมืองจนเกิดการอนุรักษ์

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2558

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. ผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน

หน่วยงานสนับสนุน

2. ศูนย์การค้าชุมชน

งบประมาณในการดำเนินงาน:

20,000 บาท

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองด้วยตนเอง
2. ผู้ประกอบการสามารถนำกิจกรรม Workshop ไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. นักท่องเที่ยวเกิดความใกล้ชิดกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เห็นถึงความสำคัญของผ้าทอพื้นเมืองจนเกิดการอนุรักษ์

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.9 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. ผู้ประกอบการประชุมหาแนวทางในการดำเนินกิจกรรม	1. ผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน 2. ศูนย์การค้าชุมชน	ม.ค. 58	ม.ค. 58	
2. ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรม	1. ผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน 2. ศูนย์การค้าชุมชน	ก.พ. 58	ธ.ค. 58	
3. จัดกิจกรรม Workshops ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนในการทำกิจกรรมร่วมกับผู้ประกอบการ	1. ผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชน	ก.พ. 58	ธ.ค. 58	- ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนในการทำกิจกรรมร่วมกับผู้ประกอบการ โดยการทำผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองชนิดง่าย เช่น พวงกุญแจ ปกสมุด เป็นต้น - จัดกิจกรรมทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง

โครงการที่ 8: โครงการรณรงค์การใช้ผ้าทอพื้นเมืองไทย

เป้าหมาย: ระยะกลาง (3-5 ปี)

1. สร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตก
2. สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมือง

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือนธันวาคม 2563

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น

หน่วยงานสนับสนุน

2. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น
4. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น
5. มหาวิทยาลัยขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

500,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณรายจ่ายแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ ปีงบประมาณ 2556 (ปรับปรุงจาก สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2556)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. เกิดการส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก
2. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่นมีความเป็นเอกลักษณ์
3. ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่น
4. เกิดการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมือง

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.10 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการรณรงค์การใช้ผ้าทอพื้นเมืองไทย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องประชุมเพื่อสร้างความร่วมมือในการคืนกำไรสู่สังคม	1. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 2. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น 5. มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ม.ค. 58	มี.ค. 58	
2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนร่วมกันหาข้อสรุป	1. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 2. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น 5. มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ม.ค. 59	ธ.ค. 63	- ร่วมกันหาข้อสรุปโดยการนำเสนอผ่านสื่อในลักษณะที่เป็นรูปธรรม ในรูปแบบการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นเมืองเพื่อช่วยส่งเสริม สนับสนุน และสร้างช่องทางด้านการส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบในธุรกิจผ้าทอพื้นเมือง
3. กำหนดนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไปใช้ในสำนักงาน	1. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 2. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม	ม.ค. 59	ธ.ค. 63	

ตารางที่ 6.10 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการรณรงค์การใช้ผ้าทอพื้นเมืองไทย (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
	3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น 5. มหาวิทยาลัยขอนแก่น			
4. ดำเนินการตามนโยบาย	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน	ม.ค. 59	ธ.ค. 63	ตัวอย่างแบบรูปธรรมในการ ดำเนินการ เช่น - การสวมใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เป็นเครื่องแบบในการทำงาน เช่น หน่วยงานภาครัฐ ให้สวมใส่ชุดผ้าทอ พื้นเมืองทุกวันศุกร์ของสัปดาห์ - หน่วยงานภาคเอกชน เช่น โรงแรม นำผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไปตัดชุด พนักงานหรือให้พนักงานสวมใส่ชุด ที่ทำจากผ้าพื้นถิ่น หรือนำไปใช้ใน ส่วนของห้องอาหาร เช่น ผ้ารองจาน รองแก้ว เป็นต้น หรือธนาคาร โดย

ตารางที่ 6.10 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการรณรงค์การใช้ผ้าทอพื้นเมืองไทย (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
				การนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองไปใช้ ในการทำเครื่องแบบพนักงาน เช่น ธนาคารที่มีสาขาอยู่ในพื้นที่จังหวัด ในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ ตะวันออก - ตะวันตก สวมใส่ เครื่องแบบที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าทอ พื้นเมือง เช่น เนคไท ของพนักงาน ชาย ผ้าผูกคอของพนักงานหญิง เป็น ต้น ซึ่งนโยบายนี้จะเป็นส่วนหนึ่งใน การส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ ผ้าทอพื้นเมือง - หน่วยงานภาครัฐและเอกชนนำ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเป็นของที่ ระลึก ของสมนาคุณในโอกาสต่างๆ เช่น งานประชุม สัมมนา เป็นต้น
4. ติดตามและประเมินผลโครงการ	1. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น	ธ.ค. 63	ธ.ค. 63	

ตัวอย่างการรณรงค์ให้ใส่ชุดผ้าทอไทย



ภาพที่ 6.9 การรณรงค์ให้ใส่ชุดผ้าทอไทย (1) (กองกำกับการสายตรวจ 191, 2554)



ภาพที่ 6.10 การรณรงค์ให้ใส่ชุดผ้าทอไทย (2) (เชียงใหม่นิวส์, 2556)



ภาพที่ 6.11 การรณรงค์ให้ใส่ชุดผ้าทอไทย (3) (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์, 2554)



ภาพที่ 6.12 การรณรงค์ให้ใส่ชุดผ้าทอไทย (4) (ข่าวอีสาน, 2557)



ภาพที่ 6.13 การรณรงค์ “คนไทยใช้ผ้าไทย” เฟ้นแนวโดนใจสัปดาห์แฟชั่น (ไทยรัฐ, 2557)



ภาพที่ 6.14 ชุดผ้าปูโต๊ะผ้าไหม (Silk dining) สำหรับใช้ในห้องอาหารโรงแรม
(ผ้าไหมบ้านครัว, 2555)



ภาพที่ 6.15 ชุดผ้ารองจานผ้าไหม (Silk dining) สำหรับใช้ในห้องอาหารโรงแรม
(ผ้าไหมบ้านครัว, 2555)

โครงการที่ 9: Road show: Local Textile product of EWEC route

เป้าหมาย: ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)

1. สร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก
2. สามารถสร้างยอดขายให้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่นสู่ระดับสากล
2. เพื่อสร้างเครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในระดับสากล

ระยะเวลาในการดำเนินงาน:

เดือนมกราคม 2558 - เดือน ธันวาคม 2565

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

หน่วยงานหลัก

1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

หน่วยงานสนับสนุน

2. ผู้ประกอบการ
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น
4. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น
5. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 6. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำ

โจง มหาวิทยาลัยขอนแก่น

งบประมาณในการดำเนินงาน:

5,000,000 บาท

*หมายเหตุ - ประมาณการจากงบประมาณแผนพัฒนาจังหวัดขอนแก่น ปี 2557 – 2560 ยุทธศาสตร์ที่ 6 แผนพัฒนาสู่มหานครแห่งอาเซียน (ปรับปรุงจาก สำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2555)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. สร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตก
2. ผู้ประกอบการมียอดขายเพิ่มขึ้น
3. ยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่นสู่ระดับสากล
4. มีเครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในระดับสากล

แนวทางการดำเนินงาน:

ตารางที่ 6.11 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการ Road show: Local Textile product of EWEC route

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องประชุมเพื่อสร้างความร่วมมือและหาแนวทางในการดำเนินการ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ม.ค. 58	มิ.ย. 58	
2. ทำความร่วมมือในการจัดกิจกรรม Road show กับประเทศสมาชิกในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. ผู้ประกอบการ 3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น 5. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 6. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มิ.ย. 58	ธ.ค. 60	
3. กำหนดหัวข้อ/วัตถุประสงค์การจัด Road show	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น	มิ.ย. 58	ธ.ค. 60	- สร้างความร่วมมือของทุกภาค ส่วนในการส่งเสริมและ สนับสนุนการแปรรูป ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 6.11 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการ Road show: Local Textile product of EWEC route (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
	3. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น			- สร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองภายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก - ตะวันตก
4. ประชาสัมพันธ์โครงการ	1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น	ม.ค. 61	ธ.ค. 61	- ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผ้าทอพื้นเมือง นักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจทราบถึงการจัดกิจกรรม

ตารางที่ 6.11 ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการ Road show: Local Textile product of EWEC route (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ	ระยะเวลา		รายละเอียด
		เริ่มต้น	สิ้นสุด	
5. จัด Road show: Local Textile product of EWEC route	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 3. สำนักงานจังหวัดขอนแก่น 4. สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ม.ค. 62	ธ.ค. 62	- เป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดขอนแก่นสู่ระดับสากล - สามารถสร้างยอดขายให้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น - สร้างเครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในระดับสากล
6. คณะกรรมการติดตามและประเมินผลโครงการ	1. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5	ธ.ค. 62	ธ.ค. 62	

9) การควบคุม

- การติดตามและประเมินผล
- การวิเคราะห์และแก้ไข