

การพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม

A Development of Production and Marketing for the Community-Based Enterprise of an Innovative Basketry

ปิยกนิฐ์ โชติวนิช^{1*} ธาวัณทร์ เครือโสม² นิภา ชุณหวิญญูกุล¹ และมาลินี ศรีไมตรี¹

Received: January, 2017; Accepted: April, 2017

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ (1) เพื่อพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม (2) เพื่อพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม และ (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม โดยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า (1) แนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม คือ การจัดหาวัตถุดิบทดแทนและการจัดหาซื้อโดยรวมกับผู้ซื้อมรายอื่น เพื่อลดต้นทุนและเป็นการเพิ่มรายได้ และการสร้างอาชีพผู้จำหน่ายวัตถุดิบสำหรับเครื่องจักสาน สร้างเกณฑ์มาตรฐานและการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ได้ค่าจ้างตามมาตรฐาน พัฒนาฝีมือสมาชิกที่มีอยู่ โดยการแบ่งกันทำงานออกเป็นแผนก/หน่วยตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยเฉพาะขั้นตอนการผลิตที่ยากและมีแรงงานที่มีทักษะไม่เพียงพอต่อการผลิตในช่วงที่มียอดคำสั่งซื้อสูง

¹ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

* Corresponding Author E - mail Address: piyakanit.c@ubru.ac.th

(2) แนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์โดยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ด้านราคาโดยการตัดป้ายราคาให้ชัดเจน ทั้งราคาขายปลีกและขายส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการเน้นทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเพื่อรองรับการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ ด้านส่งเสริมการตลาดโดยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า และทำกิจกรรมสื่อสารสองทางกับผู้บริโภคในเฟสบุ๊ก และ (3) แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิต ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน ควรมุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือในชุมชน และการประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเพื่อพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ จัดทำแผนธุรกิจ จัดให้มีศูนย์การเรียนรู้และศูนย์แสดงสินค้า

คำสำคัญ : ทวดหนึ่งข้าว; การผลิต; การตลาด; วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The purposes of this research were 1) to develop the perspectives of production of the genius stream-rice cooker in the community-based enterprise of an innovative basketry, 2) to develop the marketing for a genius stream-rice cooker in the community-based enterprise of an innovative basketry, and 3) to suggest any beneficial recommendation in employment and making income by the community from producing any product that belongs to the community-based enterprise of an innovative basketry. This study is a qualitative research. Ten key informants were involved. The method research used were semi-structured questionnaire and group discussion by using content analysis.

The result of this research shows firstly, a development of the production for a genius stream-rice cooker in the community-based enterprise of an innovative basketry should be seeking in alternative substitutes of raw materials and purchases with different suppliers. These could reduce costs and generate more income to both members and suppliers. Moreover, the standard criteria of producing each part of assembly must be implemented and controlled. It could be used to identify the compensation. Workers' skills could be fulfilled by job separation, especially in the difficult stages or in high demand period. Secondly, in terms of marketing, product should be developed, revealing more varieties for different usages in different lifestyles. Pricing should be labeled clearly for both wholesaling and retailing. The distribution channels should be increased, both on the internet and oversea market. Not only should it be promoted in exhibitions but also should be two-ways communicated, through Facebook. Lastly, it should cooperate with more strong cooperation within the community and coordinate with other related public organizations so it could make an effective business plan, showroom or exhibition.

Keywords: Stream-Rice Cooker; Production; Marketing; Community-Based Enterprise

บทนำ

วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise: SMCE) ถือเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานี ได้รับการยอมรับในเรื่องของการผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพ และมีลักษณะเด่นน่าสนใจ คิดอันดับ 1 ใน 5 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2558) อาทิเช่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีจักสานเสื่อกกและผือ วิสาหกิจชุมชนจักสานไม้ไผ่ กระจับปั่ว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา วิสาหกิจชุมชนโพธิ์ยาแฝก วิสาหกิจชุมชนเครื่องหอมสมุนไพร และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพทำเครื่องทองเหลือง เป็นต้น

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมการหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลหนองซอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าว สำหรับหนึ่งข้าวเหนียวในหม้อหุงข้าวไฟฟ้า โดยใช้ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์นี้ว่า หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะ ซึ่งแรกเริ่มเดิมทีสมาชิกภายในกลุ่มมีทักษะ และประสบการณ์ในการสานกระจับปั่ว และหวดหนึ่งข้าวเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ภายหลังได้มีการพัฒนานวัตกรรมจากหวดหนึ่งข้าวที่ใช้กันอยู่ทั่วไปมาเป็นหวดหนึ่งข้าวที่สามารถใช้กับหม้อหุงข้าวไฟฟ้าได้ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย และประหยัดเวลาในการนึ่งข้าวเหนียวได้เป็นอย่างดี และได้ดำเนินการจดลิขสิทธิ์ไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะนี้ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกภายในกลุ่มได้เป็นอย่างดี สถานการณ์ปัจจุบันสภาพการดำเนินงานของกลุ่มมีแนวโน้มการเกิดปัญหาด้านการผลิต กล่าวคือ เมื่อความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคมีความต้องการในปริมาณที่มากขึ้น นั้นหมายถึง ปัญหาที่ตามมาคือ การดำเนินการผลิตจึงไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค และเมื่อกลุ่มลองคิดหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาการผลิตโดยการเพิ่มกำลังการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการ ผลกระทบที่ตามมาคือ การผลิตสินค้าที่มีมากเกินไป ความต้องการของตลาด นั้นหมายถึงปัญหาที่ตามมาคือ ปัญหาด้านการตลาดเกี่ยวกับช่องทางการตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าที่เกิดจากการเพิ่มกำลังการผลิตในปริมาณที่สูงขึ้น ซึ่งมีได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับแผนการจัดการการผลิตและแผนการตลาด รวมทั้งการตลาดเพิ่ม การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่มาของการค้นหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

จากที่กล่าวมาในขั้นต้นจึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการขยายช่องทางการผลิตและการตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมการได้อย่างตรงประเด็น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คนในท้องถิ่น ชุมชนและสังคม ในแง่ของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจจากฐานรากสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่และเป็นการเพิ่มรายได้ เพิ่มยอดขาย และการขยายโอกาสให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยกระบวนการพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาด ตลอดจนคนที่อาศัยอยู่ในชุมชน และในเขตพื้นที่ใกล้เคียงจะได้รับผลกระทบเชิงบวกในด้านการถ่ายทอดความรู้ การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรม เกิดการสร้างงาน การจ้างงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่นได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม
2. เพื่อพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม

ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการผลิตสินค้าชุมชนที่สามารถดำเนินการประสบผลสำเร็จได้ จะมีองค์ประกอบที่สำคัญทั้งด้านช่องทางการผลิต และด้านช่องทางการตลาดเป็นสำคัญ ช่องทางด้านการผลิตจะมีปัจจัยที่สำคัญคือ วัตถุดิบและแรงงาน วัตถุดิบ (Material) เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้าชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุดิบที่มีในแต่ละท้องถิ่น หากมีมากย่อมทำให้วัตถุดิบนั้นมีราคาต้นทุนการผลิตต่ำ ทำให้สินค้าชุมชนนั้นมีความสามารถในการแข่งขันได้สูงกว่าการมีวัตถุดิบไม่เพียงพอและมีราคาสูง ส่วนแรงงาน (Labour) เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้าชุมชนเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงงานที่มีความสามารถในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น หากท้องถิ่นนั้นมีแรงงานมาก และเป็นแรงงานที่มีความชำนาญในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นย่อมทำให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นมีคุณภาพดีมีความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นหรือสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนกันได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการตลาด อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสินค้าและบริการที่กิจการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคหรือลูกค้า ด้านราคา (Price) คือ จำนวนเงินสำหรับค่าสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น โดยราคามีความสัมพันธ์กับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ควรถูกนำเสนอในช่องทางที่คู่ควรในเวลาที่ถูกต้อง และในปริมาณเหมาะสม ในขณะที่ยังคงมีต้นทุนการจัดเก็บสินค้าคงคลังและการส่งมอบในระดับที่คุ้มค่าด้วย การจัดจำหน่ายเป็นที่ซึ่งผู้บริโภคทำการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing)

3. แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม คือ ด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการจัดการการผลิต และด้านการจัดการตลาด แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมจากการจัดการด้านการจัดการการตลาด คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องเพิ่มยอดขายจากการใช้กลยุทธ์ด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการจัดการการผลิต และด้านการจัดการตลาด แนวทางนำไปสู่การจ้างงานและการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการโดยมุ่งศึกษาถึงการพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) วิธีการตรวจสอบโดยแบ่งแหล่งบุคคลผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 คน กลุ่มที่ 2 คือ เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจ 3 คน และกลุ่มที่ 3 คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเครื่องจักสาน 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 2 คน การวิเคราะห์ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยดำเนินการจัดกลุ่ม เรียบเรียงข้อมูล จัดลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสังเคราะห์ตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาสรุปประเด็นสำคัญเพื่อให้ได้ช่องทางการส่งเสริมการผลิต ช่องทางการส่งเสริมการตลาด และแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อการพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หวดนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาหลักการ ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ประกอบด้วย

2.1 การใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - Structure Interview) สัมภาษณ์ทั่วไปของกลุ่มและบริบทของกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ และการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมเป็นประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการกำหนดหัวข้อสำหรับการสอบถามพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลไว้อย่างกว้าง ๆ และสามารถที่จะสัมภาษณ์ เจาะลึก (In-Depth Interview) ได้ทันทีเมื่อปรากฏรายละเอียดของข้อมูลที่น่าสนใจ ใช้สอบถามประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดของกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม

2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นการหาข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม การรวมกลุ่มในการสนทนา โดยมีการใช้วิธีการอยู่ 2 แบบ คือ ใช้วิธีไม่ได้นัดหมาย เป็นการเข้าไปร่วมของผู้วิจัยในการสนทนากลุ่มและทำกิจกรรม และมีการนัดหมาย ซึ่งเป็นการรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อการพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาด ตลอดจนเสนอแนะแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และหาบทสรุปร่วมกัน

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. แนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถ์หนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม

1.1 การแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นแรงงานที่มีฝีมือ ควรให้กลุ่มพัฒนาฝีมือสมาชิกที่มีอยู่ โดยการแบ่งกันทำงานออกเป็นแผนก/หน่วยตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยเฉพาะแผนกการประกอบหัตถ์กับต้นหัตถ์ที่มีคนทำได้น้อยมาก เพื่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะด้าน ซึ่งจะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยลงในอนาคต

1.2 ควรกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนของลักษณะที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับว่า รูปแบบใดเป็นลักษณะของหัตถ์อัจฉริยะ “รัชภัฏ” ที่มีคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการยอมรับฝีมือ ซึ่งมีผลต่อการจ่ายค่าแรงแก่สมาชิกกลุ่ม และเป็นการลดข้อโต้แย้งภายในกลุ่มว่าลักษณะใดที่เรียกว่าสวยงามและมีคุณภาพดี

1.3 ในส่วนของปัญหาด้านกำลังการผลิตที่ปัจจุบันสมาชิกมีอายุมากและทำงานตามความสะดวกของตน ซึ่งทำให้ไม่สามารถกำหนดปริมาณการผลิตที่ชัดเจนได้นั้น จากการระดมความคิดและมีข้อเสนอแนะว่า ควรเพิ่มจำนวนค่าแรงต่อหน่วยให้กับสมาชิกเพื่อเป็นการกระตุ้นการผลิตและจะเป็นโอกาสที่จะมีสมาชิกเพิ่มขึ้น เนื่องจากสมาชิกจะมีรายได้สูงขึ้นกว่าเดิม แต่ทั้งนี้กลุ่มฯ ต้องทำการศึกษาและพิจารณาก่อนว่า การเพิ่มค่าแรงต่อหน่วยทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด มีผลกระทบต่อราคาจำหน่ายและยอดจำหน่ายหรือไม่

1.4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรมควรมีการประสานงานกับหน่วยงานราชการเพื่อขอรับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านงบประมาณ เนื่องจากภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนอยู่แล้ว เช่น โครงการประชารัฐ ที่มีงบประมาณสนับสนุนกองทุนหมู่บ้านประมาณ 500,000 บาท เพื่อให้สมาชิกนำไปเป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ ซึ่งทางตัวแทนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนก็ยินดีและพร้อมให้การช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินการของงบประมาณดังกล่าว หรือโครงการกองทุนพัฒนาสตรีที่มีงบประมาณสนับสนุนโดยคัดดอกเบี้ยในราคาถูก

2. แนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถ์หนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ทั้งในด้านขนาด ลวดลาย รูปทรง ที่นอกจากการใช้เพื่อการนั่งแล้วยังสามารถพัฒนาสร้างสรรค์เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบลวดลายและตั้งชื่อลาย การพัฒนาด้านรูปทรงของผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมคุณค่าหรือให้สะดวกต่อการใช้งาน เช่น การเพิ่มหูจับด้านข้างเพื่อให้สามารถจับหัตถ์หนึ่งได้สะดวกในขณะที่อยู่ในหม้อหุงข้าวที่มีความร้อนสูง หรือการเพิ่มฝาปิดหัตถ์เพื่อสามารถเก็บความร้อนได้เป็นการใช้แทนกระติบข้าว เป็นต้น

การเพิ่มคุณค่าของตราที่ยี่ห้อ (Brand) ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน การผลิตที่เน้นวัตถุดิบจากธรรมชาติและปลอดภัยเคมี เนื่องจากไม่มีการย้อมสีเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและย่อยสลายเองตามธรรมชาติ รวมถึงการรักษาคุณภาพด้วยการรมควันไม้เพื่อป้องกันเชื้อราและการเกิดมอดไม้ เป็นต้น รวมถึงการนำเสนอคุณค่าด้วยการรับรองหรือรางวัลต่าง ๆ เช่น การแสดงให้เห็นว่า “หวดัจฉริยะ” เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม บ้านหนองซอน ซึ่งเป็นแหล่งผลิตได้รับรางวัลชุมชนต้นแบบสืบสานมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประจำปี 2558 รางวัลสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards ประจำปี 2557 เป็นต้น

การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ โดยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้วยกล่องกระดาษที่มีส่วนพลาสติกใสให้มองเห็นหวดหนึ่งข้าวด้านใน การออกแบบผลิตภัณฑ์ภายนอกของกล่องกระดาษที่ส่งเสริมการขาย เช่น การใส่ลวดลายรูปโบว์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าในการซื้อเป็นของฝากนอกเหนือจากการซื้อเพื่อใช้สอยในครัวเรือน เรื่องราวแนวคิดการประดิษฐ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้คิดค้นและริเริ่มการผลิตหวดหนึ่งข้าวในหม้อหุงข้าวไฟฟ้าและมีการจดสิทธิบัตรหวดหนึ่งข้าวในหม้อหุงข้าวไฟฟ้า โลโก้ของหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมตำบลหนองซอนอุบลราชธานี เครื่องหมายแสดงมาตรฐาน เครื่องหมายหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุน วิธีการใช้ และรูปภาพแสดงวิธีการใช้หวดหนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า การทำความสะอาดและดูแลรักษาหวดหนึ่งข้าว

การจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น การทำเป็นชุดสินค้าที่ประกอบด้วยหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะพร้อมกับข้าวเหนียวปลอดสารที่ปลูกในตำบลหนองซอนอุบลราชธานี โดยบรรจุในถุงสุญญากาศปริมาณถุงละ 1 กิโลกรัม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์และชุดสินค้าสามารถประยุกต์เป็นของฝากในโอกาสต่าง ๆ เช่น ของขวัญ หรือชุดสังฆภัณฑ์ เป็นต้น

2.2 ด้านราคา โดยการติดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาดรูปแบบของหวดหนึ่งข้าว และตั้งราคาขายปลีกและราคาขายส่ง

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า ประกอบด้วย โฉนดแสดงชื่อผลิตภัณฑ์และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ การออกแบบการจัดแสดงสินค้า (Display Design) โดยการนำสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ มาจัดแสดงตามเทศกาลหรือฤดูกาลต่าง ๆ การสาธิตการใช้หม้อหุงข้าวไฟฟ้านึ่งข้าวเหนียวด้วยหวดอัจฉริยะ พนักงานขายที่เชิญชวนชิมข้าวเหนียวหนึ่งและอธิบายการนึ่งข้าวเหนียวด้วยหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะตลอดจนลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่พบเห็น

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การปรับปรุงเว็บไซต์ให้แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า รวมไปถึงกิจกรรมของกลุ่มข้อความที่สื่อสารถึงวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ตำบลหนองซอน จังหวัดอุบลราชธานี และคลิปวิดีโอต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น คลิปรายการโทรทัศน์ที่เคยมาถ่ายทำ คลิปการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า คลิปวิธีการใช้หวดหนึ่งข้าว เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม คือ

3.1 ข้อเสนอแนะด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตหัตถ์ของชาวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน ควรมุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือในชุมชน และการประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน เพื่อพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ควรดำเนินการดังนี้

3.1.1 จัดทำแผนธุรกิจ เพื่อให้มีความชัดเจนถึงขอบเขตด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการจ้างงาน

3.1.2 กำหนดให้มีการประชุมร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อหารือถึงสภาพและปัญหาในการผลิตหัตถ์ของชาวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมที่เกิดขึ้น แนวทางการแก้ไข และการติดตามผลการดำเนินงานประจำปีของกลุ่ม

3.1.3 จัดให้มีศูนย์การเรียนรู้และศูนย์แสดงสินค้า โดยใช้สถานที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประชุม การดำเนินกิจกรรม การผลิต การจัดแสดงสินค้า และการรองรับการเยี่ยมชมจากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอก

3.1.4 ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ในด้านต่าง ๆ วิสาหกิจชุมชนฯ มีความเข้มแข็งเกิดจากการจัดการที่ประธานและสมาชิกในกลุ่มเรียนรู้และพัฒนาการมีส่วนร่วมในชุมชน มุ่งมั่นที่จะทำให้ผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนเป็นแหล่งรายได้และส่งเสริมการประกอบอาชีพในชุมชน การพัฒนาองค์ประกอบดังกล่าวเป็นแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตหัตถ์ของชาวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะด้านการจัดการการผลิต

แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตหัตถ์ของชาวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมจากการจัดการด้านวัตถุดิบ คือ การจัดหาวัตถุดิบทดแทน และการจัดหาซื้อโดยรวมกับผู้ซื้อรายอื่น เพื่อลดต้นทุนและเป็นการเพิ่มรายได้ และการสร้างอาชีพผู้จำหน่ายวัตถุดิบสำหรับเครื่องจักสาน เพื่อสร้างงานและรายได้ให้กับสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม

แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตหัตถ์ของชาวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมจากการจัดการด้านการกระบวนการผลิต คือ การสร้างเกณฑ์มาตรฐานและการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ได้ค่าจ้างตามมาตรฐาน หากไม่เป็นไปตามเกณฑ์อาจไม่รับซื้อหรือรับซื้อในราคาที่ถูกลง และจำหน่ายช่องทางการตลาดที่แตกต่างกัน เช่น ในกรณีที่ส่งสินค้าจากคำสั่งซื้อต่างประเทศ จัดให้เฉพาะผลผลิตที่ได้มาตรฐาน ในราคาที่สูงกว่าการจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชนท้องถิ่น ส่วนปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นแรงงานที่มีฝีมือ ควรให้กลุ่มพัฒนาฝีมือสมาชิกที่มีอยู่ โดยการแบ่งกันทำงานออกเป็นแผนก/หน่วยตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยเฉพาะแผนกการประกอบหัตถ์กับดินหัตถ์ ซึ่งเป็นการลดปัญหาการผลิตหัตถ์ไม่ทันในช่วงที่มียอดการสั่งซื้อสูง และเป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับแรงงานที่มีฝีมืออีกด้วย

แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมจากการจัดการด้านแรงงาน คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องวางแผนระยะ 1 ปี ในการผลิตหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะ ยอดขายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแต่ละเดือนแปรผันไปตามการสั่งซื้อการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มผ่านผู้รับซื้อไปขายต่อ การจัดงานแสดงสินค้าระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ และการสั่งซื้อโดยตรงจากผู้บริโภค ดังนั้นเมื่อคาดคะเนยอดขายในแต่ละเดือน และนำมาวางแผนการผลิตในตามช่วงเวลาที่เหมาะสมในการผลิตหวดเว้นจากการเพาะปลูก จะทำให้สามารถวางแผนการผลิตเพิ่มมากขึ้นในช่วงฤดูกาลแรงงานไม่ได้เพาะปลูก เพื่อเก็บเป็นสินค้าคงคลังไว้จำหน่ายตามช่วงวางแผนการขาย อย่างไรก็ตามการบริหารสินค้าคงคลังจำเป็นต้องใช้เงินทุนมากขึ้นในช่วงที่มีการผลิตเพิ่มขึ้น อาจจัดทำโดยการใช้เงินทุนจากกำไรสะสม การระดมทุนภายในชุมชน หรือการหาแหล่งเงินทุนภายนอก หากสามารถจัดการสินค้าคงคลังเพื่อให้มีสินค้าจำหน่ายตลอดปี นอกจากจะลดภาระการผลิตที่ไม่ทันตามคำสั่งซื้อแล้ว ยังเป็นการจัดการแรงงานให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งในและนอกฤดูกาลเกษตร

3.3 ข้อเสนอแนะด้านการจัดการตลาด

แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมจากการจัดการด้านการจัดการการตลาด คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องเพิ่มยอดขายจากการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านต่าง ๆ โดยขยายฐานลูกค้าจากการซื้อซ้ำ และแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อด้วย พัฒนาสินค้าใหม่เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้ากลุ่มเดิม เช่น เครื่องจักสานประเภทอื่นทั้งเครื่องใช้ เครื่องประดับ อันได้แก่ กระเป๋า หมวก ที่รองจาน เป็นต้น ลูกค้าที่สั่งหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะจากต่างประเทศ แสดงถึงโอกาสทางการตลาด วิสาหกิจชุมชนควรติดต่อส่งสินค้าไปขายต่างประเทศเพื่อขยายตลาด การเติบโตของตลาดเป็นแนวทางนำไปสู่การจ้างงานและการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นต่อไป

การอภิปรายผล

การศึกษากระบวนการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์หวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมมีกระบวนการผลิตหวดหนึ่งข้าวอัจฉริยะแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ประกอบด้วย การตัดไม้ไผ่ การฉีกตอก การทำตอกสาน การสานหวด การทำกันหวด การทำฐานหวด การประกอบหวด การอบหวด และการบ่มตราประทับหวด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงฤทธิ์ พรหมชินวงศ์ (ทรงฤทธิ์, 2550) พบว่า การผลิตหรือการสานมวบบ้านหนองขามมีการสานสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ สมาชิกในบ้านช่วยกันสานเมื่อว่างจากงานหลัก มีกระบวนการผลิต ประกอบด้วย การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ การจัดตอก การสานตอก และการประกอบลายที่สานเป็นลายสองเวียน และลายสองยืน ขอบจะถักด้วยลายจุงนาง กันจะสานด้วยลายสองหรือลายสาม นอกจากนี้ วุฒิชัย วิภาทาณัง (วุฒิชัย, 2558) ได้ศึกษาการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก วัตถุประสงค์คือ เพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก เพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานกรณีศึกษากลุ่มจักสานจังหวัดชลบุรีและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลจากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รูปแบบของเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออกทั้งหมด คือ อัตลักษณ์ไทย รูปแบบ กระบวนการผลิต วัสดุ การใช้งาน ความสวยงาม คุณค่า การออกแบบและตกแต่ง

การศึกษาสภาพปัญหาด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถหนึ่งข้าวอัจฉริยะ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมมีสภาพปัญหาด้านการผลิต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านวัตถุดิบ ปัญหาด้านกระบวนการผลิต และปัญหาด้านแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัย ธนยมัย เจียรกุล (ธนยมัย, 2557) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC พบว่าปัญหาด้านการผลิตของ OTOP คือ ขาดวัตถุดิบ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และไม่มีทักษะในการผลิต ปัญหาการขาดวัตถุดิบ คือ ชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถรับการสั่งซื้อสินค้าคราวละมาก ๆ ได้ ทำให้ไม่สามารถมีวัตถุดิบคงคลังไว้ใช้อย่างสม่ำเสมอ ปัญหาการขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย คือ การขยายตัวด้านการผลิตไม่สามารถทำได้ เนื่องจากขาดเครื่องมือที่สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ และไม่มีทักษะในการผลิต คือ การทำงานที่ต้องการความชำนาญต้องผ่านการฝึกฝนเฉพาะทาง ในขั้นตอนในกระบวนการผลิตยังขาดแรงงานฝีมือเฉพาะด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพฑูล สีส (ไพฑูล, 2555) พบว่า ปัญหาด้านการผลิตสินค้าชุมชน คือ ปัญหาวัตถุดิบที่มีราคาแพง ปัญหาเกี่ยวกับความแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และปัญหาการปรับปรุงการบรรจุหีบห่อให้เหมาะสม และสอดคล้องกับ สิริมพร แสงวิเศษสิน (สิริมพร, 2553) พบว่า ปัญหาอุปสรรคด้านการผลิต คือ กลุ่มประสบปัญหาวัตถุดิบมีราคาสูง และค่าน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น ปัญหาด้านแรงงาน คือ สมาชิกบางรายขาดทักษะในการผลิต ขาดการควบคุมคุณภาพด้านฝีมือแรงงาน

การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของหัตถหนึ่งข้าวอัจฉริยะของค้ำผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการรักษามาตรฐานการผลิตหัตถหนึ่งข้าว เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละครั้งในมาตรฐานการผลิตสินค้าที่ดัดกรรมเดียวกัน สอดคล้องกับ นราวุฒิ สังข์รักษา (นราวุฒิ, 2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี พบว่ากลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนรายด้านกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยประเด็นที่เน้นสินค้าได้มาตรฐาน รวมถึงไม่แตกหักหรือบอบสลายก่อนส่งถึงมือลูกค้า

การสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ซึ่งในงานวิจัยของ ภาสกร โทณะวณิก (ภาสกร, 2554) เรื่องการประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรม สาขางานจักสานของจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมจักสาน เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมจักสาน และเพื่อสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมสาขางานจักสาน เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่น ระดับชุมชน ระดับประเทศสู่สากล พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ด้านงานหัตถกรรมสาขางานจักสานมานาน โดยได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นคุณพ่อคุณแม่ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตออกมานั้นมีความหลากหลาย รูปแบบแปลกใหม่สวยงาม คงทน ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมควรพัฒนารูปแบบของหัตถหนึ่งข้าวให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับ ธนยมัย เจียรกุล (ธนยมัย, 2557) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC ซึ่งได้กล่าวว่าด้านการตลาด ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด

การพัฒนาด้านราคาของทวตึงข้าวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการตั้งราคาแตกต่างกัน โดยตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย ราคาขายสำหรับสามหน่วย ลิขหน่วย และราคาขายส่ง และเครื่องมือการคิดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาดของทวตึงข้าว ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ ณัฏฐนันท์ นิติวัดนะ (ณัฏฐนันท์, 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอลำสูง จังหวัดขอนแก่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสภาพทางประชากรศาสตร์ของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอลำสูง จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมากและประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงใช้บ้างแต่น้อยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอลำสูง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีแนวทางด้านราคาโดยเน้นตั้งราคาตามคุณภาพสินค้า ให้เครดิตในการซื้อสินค้า/ขายเงินเชื่อตามหลักวิชาการสมาชิกมีความเคลื่อนไหวของราคาผลิตภัณฑ์ ตั้งราคาที่ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และไม่เน้นกำไรระยะสั้น

การพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ทวตึงข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการออกงานแสดงสินค้า การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน) ในตลาดอาเซียน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรทำข้าวบ้านบางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์เชิงรุกคือ ออกงานแสดงสินค้าระดับประเทศ เช่น งาน OTOP ต่าง ๆ โดยเฉพาะที่เมืองทองธานี ซึ่งงานแสดงสินค้าจะเป็นงานที่รวบรวมนักธุรกิจทั้งในและต่างประเทศไว้เป็นจำนวนมาก ดังนั้น หากกลุ่มวิสาหกิจสามารถเข้าไปร่วมงานแสดงสินค้า ได้จะเป็นการเปิดโอกาสในการทำตลาดได้เป็นอย่างดี และงานวิจัยของ พัชรา วงศ์แสงเทียน, ชญานิษฐ์ ศศิวิมล และพัทธนันท์ โภธธรรม (พัชรา และคณะ, 2559) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนคงเคือย อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ของชุมชนคงเคือย อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย และเพื่อศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่น แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนคงเคือย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยออกงานแสดงสินค้าในสถานที่เพื่อจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

การเพิ่มช่องทางการตลาดดิจิทัล ด้วยการบริหารจัดการซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่งและการรับออเดอร์สินค้าจากต่างประเทศ ติดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ สอดคล้องกับ Chen, Y. K., Jaw, Y., and Wu, B. (Chen, Y. K. et al., 2016) ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้ดิจิทัลกับการดำเนินงานในองค์การของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมผ้าในเว็บไซต์ของประเทศไต้หวัน ผลการศึกษพบว่า การให้บริการจากเว็บไซต์มีผลต่อการดำเนินงานในองค์การธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การให้บริการจากเว็บไซต์ประกอบด้วย การให้บริการซ่อมบำรุงระหว่างการใช้งาน การให้บริการระบบธุรกิจต่อธุรกิจ และซอฟต์แวร์การจัดเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นเรื่องที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและ

ให้การสนับสนุนเพื่อให้ช่องทางการตลาดดิจิทัลช่วยให้ผู้ผลิตสามารถติดต่อกับผู้บริโภคได้โดยตรงและขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นได้ และงานวิจัยของ Jones, N., Borgman, R. and Ulusoy, E. (Jones, N. et al., 2015) ที่ได้ศึกษาถึงผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อธุรกิจขนาดเล็ก วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือ การสำรวจ บทบาทและผลกระทบทางเศรษฐกิจที่อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาคที่ด้อยโอกาส โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะตรวจสอบผลประโยชน์ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับเว็บไซต์ของธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินงานในภูมิภาค การวิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับเจ้าของหรือผู้จัดการ จำนวน 5 ราย ของธุรกิจขนาดเล็กในพื้นที่แถบภูเขาทางตะวันตกของรัฐเมน (Maine) หน่วยงานของรัฐด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจ อธิบายว่าภูมิภาคด้อยโอกาสคือภูมิภาคที่โดยทั่วไป ทางเศรษฐกิจตกต่ำเป็นเหตุให้ธุรกิจมักจะต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นในการรับรู้และสอบถามข้อมูล รวมถึงความสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นกับลูกค้า ซึ่งส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้าใหม่ เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าในระดับโลก และร่วมส่งเสริมการตลาดของธุรกิจในห้องถิ่นที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจขนาดเล็กในภูมิภาค การวิจัยมีข้อยืนยันว่าข้อได้เปรียบที่มีศักยภาพของการใช้หน้าเว็บและสื่อสังคมออนไลน์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก ในภูมิภาคหรือสถานที่ที่ด้อยโอกาส ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสถานะเว็บรวมกับการส่งเสริมการตลาด สามารถมีผลกระทบในเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในแง่ของช่องทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์สามารถช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กเพิ่มช่องทางในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงลูกค้าในระดับโลก ซึ่งเปิดโอกาสใหม่สำหรับการขายและการเติบโตของธุรกิจ นอกเหนือจากช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถ์ของชาวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมที่ร้านค้าชุมชนออกร้านตามคำเชิญของหน่วยงานราชการงาน OTOP อิมแพคเมืองทองธานี ร้านค้าปลีกสินค้าชุมชน ปิ่นน้ำมัน ปดท. บริการจัดซื้อหน้าเว็บไซต์พร้อมจัดส่ง และแอร์เคอร์สินค้าจากต่างประเทศ ดิดต่อจากผู้บริโภคในเมืองไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ แล้วพบว่าในงานวิจัยของ จักรชัย อินทสังข์ และปวีณา อาจนาวัน (จักรชัย และปวีณา, 2555) ที่ศึกษาด้านแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน เพื่อการค้าระดับประเทศสู่ความยั่งยืน (กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา) ซึ่งมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่วางจำหน่าย ได้แก่ ร้านของฝากปิงท้งี๋เชียง ร้านเจ้าสัวตลาดไทยสามัคคี Montana Farm บริเวณร้านของฝาก A-Cup of Love อำเภอวังน้ำเขียว และแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ทภายในอำเภอวังน้ำเขียว เช่น โกลด์เมทเท่นรีสอร์ท บ้านไร่คุณนายรีสอร์ท เป็นต้น อีกทั้งในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยวของอำเภอวังน้ำเขียว

การพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดของหัตถ์ของชาวอัจฉริยะของด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม โดยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้าตลอดจนใช้บุคคลเป็นผู้แนะนำการใช้งานหัตถ์ของชาวอัจฉริยะด้วยหัตถ์ของชาวไฟฟ้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชัย จงเจริญ (อัญชัย, 2555) ซึ่งได้ศึกษาพัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง โดยผลการศึกษาพบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้ามีการสื่อสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าหน้าร้านด้วยตนเอง

สรุป

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ทวหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ควรให้กลุ่มพัฒนาฝีมือสมาชิกที่มีอยู่ โดยการแบ่งกันทำงานออกเป็นแผนก/หน่วยตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต ควรกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนของลักษณะที่ถูกต้อง เพื่อเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาการยอมรับฝีมือซึ่งมีผลต่อการจ่ายค่าแรงแก่สมาชิกกลุ่ม และเป็นการลดข้อโต้แย้งภายในกลุ่มว่าลักษณะใดที่เรียกว่า สวยงามและมีคุณภาพดี แนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทวหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ข้อมูลเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มบรรจุภัณฑ์โดยห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ ด้านราคา โดยการคิดป้ายราคา เพื่อแสดงการตั้งราคาที่แตกต่างกันจากขนาด รูปแบบของทวหนึ่งข้าว และตั้งราคาขายปลีก และราคาขายส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบการจัดแสดงสินค้า การสาธิตการใช้หม้อหุงข้าวไฟฟ้าหนึ่งข้าวเหนียวด้วยทวอัจฉริยะ ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การปรับปรุงเว็บไซต์ให้แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ รางวัล และกิจกรรมต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ทวหนึ่งข้าวด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้า ข้อเสนอแนะแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม คือ แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตทวหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน ควรมุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือในชุมชน และการประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเพื่อพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. แนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ทวหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม คือ การจัดทาวัตถุติดทนแทนและการจัดหาซื้อโดยรวมกับผู้ซื้อขายอื่น เพื่อลดต้นทุนและเป็นการเพิ่มรายได้ และการสร้างอาชีพผู้จำหน่ายวัตถุดิบสำหรับเครื่องจักสาน สร้างเกณฑ์มาตรฐานและการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ได้ค่าจ้างตามมาตรฐาน พัฒนาฝีมือสมาชิกที่มีอยู่ โดยการแบ่งกันทำงานออกเป็นแผนก/หน่วยตามขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยเฉพาะขั้นตอนการผลิตที่ยากและมีแรงงานที่ฝีมือไม่เพียงพอต่อการผลิตในช่วงที่มียอดการสั่งซื้อสูง

2. แนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทวหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม คือ ด้านผลิตภัณฑ์โดยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค ด้านราคาโดยการคิดป้ายราคาให้ชัดเจน และตั้งราคาขายปลีกและขายส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการเน้นทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตและการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ ด้านส่งเสริมการตลาดโดยการจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า และทำกิจกรรมสื่อสารสองทางกับผู้บริโภคในเฟสบุ๊ค

3. แนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชนจากการผลิตทอหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ในด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชนควรมุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือในชุมชน และการประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเพื่อพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ จัดทำแผนธุรกิจ จัดทำบัญชีแบบเบื้องต้น จัดให้มีศูนย์การเรียนรู้และศูนย์แสดงสินค้า และจัดทำแผนการผลิตและแผนการตลาด

4. ในการวิจัยครั้งต่อไป สามารถนำแนวทางการพัฒนาช่องทางการส่งเสริมการผลิต ช่องทางการส่งเสริมการตลาด และแนวทางการจ้างงานและการสร้างรายได้ของชุมชน สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีและพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบในบริบทที่ต้องการศึกษาต่อไป

5. การศึกษาในครั้งนี้ทำการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของอุปทาน ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาด้านอุปสงค์ พฤติกรรมผู้บริโภค และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อพยากรณ์ยอดขายต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยถึงสภาพปัญหาด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ทอหนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรมนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนทุนอุดหนุนสำหรับการดำเนินการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) ประจำปีงบประมาณ 2559 และขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนคณะผู้วิจัยในการอำนวยความสะดวก การดำเนินการวิจัย และการรายงานความก้าวหน้างานวิจัยกับแหล่งทุนต้นสังกัด

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรชัย อินทสังข์ และปวีณา อาจนาวัน. (2555). ต้นแบบกลยุทธ์การตลาด สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน เพื่อการค้าระดับประเทศสู่ความยั่งยืน (กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา). นครราชสีมา: รายงานการวิจัย ศูนย์กลางนครราชสีมา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- ฉันทานันท์ นิติวินณะ. (2558). แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอข้าสูง จังหวัดขอนแก่น. วารสารสุทธิปริทัศน์. ปีที่ 29. ฉบับที่ 91. หน้า 220-238
- ทรงฤทธิ์ พรหมชิดวงศ์. (2550). การผลิตและการตลาดสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเครื่องจักสานมวยบ้านหนองขาม ตำบลหนองขาม อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- อันนัย เจริญกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 34. ฉบับที่ 1. หน้า 177-191

- นราวุฒิ สังข์รักษา. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ในจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- พัชรา วงศ์แสงเทียน, ชญานิษฐ์ ศศิวิมล และพัทธนันท์ โกธธรรม. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการ ตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดั้งเดิม อำเภอกองไกรลาค จังหวัดสุโขทัย. หน้า 1447-1461. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ และนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 “ยกระดับงานวิจัย เพื่อก้าวสู่การเป็น มหาวิทยาลัยระดับโลก”. 25-26 มีนาคม 2559 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ไพฑูล สีใส. (2555). การวิเคราะห์ช่องทางการผลิตและการตลาดสินค้าชุมชนในเขตภาคกลางของประเทศไทย. ชลบุรี: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
- ภาสกร โทณะวนิก. (2554). การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น งานหัตถกรรม สาขาจักสานของจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: รายงานการวิจัย สำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. (2558). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ. เข้าถึงเมื่อวันที่ (23 ตุลาคม 2558). เข้าถึงได้จาก (<http://smce.doe.go.th/smce1/index.php?radiobutton=1&namename>)
- วุฒิชัย วิชาทานัง. (2558). การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก. วารสาร วิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ปีที่ 10. ฉบับที่ 2. หน้า 67-76
- สิริมพร แสงวิเศษสิน. (2553). การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีพัฒนาสู่เทราบางโหลง สังกัดสหกรณ์การเกษตรบางพลี จำกัด. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์สหกรณ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- อัญชัญ จงเจริญ. (2555). พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และ ของฝากชุมชน จังหวัดระนอง. กรุงเทพฯ: รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Chen, Y. K., Jaw, Y., and Wu, B. (2016). Effect of Digital Transformation on Organizational Performance of SMEs Evidence from the Taiwanese Textile Industry's Web Portal. Internet Research. Vol.26. No. 1. pp. 86-212
- Jones, N., Borgman, R. and Ulusoy, E. (2015). Impact of Social Media on Small Businesses. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 22. No. 4. pp. 611-632