

## บทที่ 5

### อภิปรายผล สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนา รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตโดยกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์” โดยมีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้สูงอายุในตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ 2.) เพื่อพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้สูงอายุในตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ นำไปสู่การสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ 3.) จัดทำนโยบายการส่งเสริมด้านการผลิตและการตลาดให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 100 ชุด และเชิงคุณภาพ โดยเรียงลำดับการนำเสนอไว้ดังนี้

#### 5.1 อภิปรายผล

#### 5.2 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

##### 5.1 อภิปรายผล

จากผลสรุปการวิจัยทางองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพความร่วมมือของกลุ่มผู้สูงอายุให้มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งโดยทำการกำหนดโครงสร้างในการบริหารกลุ่มให้มีกลุ่มชาวมังครบทุกตระกูลและคัดเลือกผู้นำกลุ่มที่มีการยอมรับในพื้นที่ ตลอดจนการผลักดันทางด้านการสร้างทักษะทางด้านความคิดสร้างสรรค์ให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุในด้านการออกแบบและการตลาดเพื่อให้สามารถสร้างสินค้าในรูปแบบใหม่ๆเพื่อตอบสนองต่อตลาดและสร้างความแตกต่างในอัตลักษณ์ อีกทั้งด้านตราสินค้าเป็นสิ่งที่ควรเร่งการพัฒนาเพื่อให้คนทั่วไปเข้าใจถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่าเป็นของกลุ่มผู้สูงอายุ

ในส่วนของการบริหารด้านกำลังคนทางองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยจากผลวิจัยพบว่าการพัฒนาผู้สูงอายุผลิตสินค้าผ้าปักลายมังกำลังอยู่ในช่วงพัฒนาด้านทักษะฝีมือของแรงงานเพื่อให้มีองค์ความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าที่มีอยู่อย่างสร้างสรรค์สอดคล้องกับตลาดซึ่งในประเด็นของการพัฒนาฝีมือหรือประยุกต์การสร้างสินค้าเป็นสิ่งที่ต้องการพัฒนาอย่างเร่งด่วนเพื่อให้บุคลากรมีสมรรถนะในการ ส่วนการบริหารด้านเงินทุน จากผลวิจัยพบว่า ทางด้านแหล่งเงินทุนของกลุ่มผู้สูงอายุไม่มีปัญหาเนื่องจากทางองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยเป็นหน่วยงานที่เข้าไปสนับสนุนแหล่งเงินทุนในตอนนี้ แต่ยังคงขาดในส่วนของการสนับสนุนรองรับด้านการสนับสนุนบุคคลภายนอกในเข้ามาร่วมพัฒนา ในส่วนของเงินทุนของกลุ่มไม่มีปัญหาเพราะยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นการผลิตยังไม่มากในเชิงอุตสาหกรรมและกำลังแรงงานผลิตยังมีรูปแบบในการกระจายงานที่ทุกคนเอาแรงเข้ามาช่วยกันทำในแต่ละครัวเรือน

ส่วนการบริหารด้านวัตถุดิบ จากผลการวิจัยพบว่า วัตถุดิบที่ใช้จะเป็นแบบสำเร็จรูปมีผ้ามาเป็นชิ้นสำเร็จมาสามารถนำมาใช้ปักได้เลย ซึ่งไม่มีปัญหาทางด้านการขาดแคลนวัตถุดิบเพราะเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ทั่วไปในท้องตลาดอีกทั้งประเภทของวัตถุดิบไม่มีความซับซ้อนและต้นทุนต่ำ

ส่วนการบริหารด้านการบริหารจัดการ จากผลการวิจัยพบว่า ในการกระบวนการผลิตนั้นทางกลุ่มผู้สูงอายุจะใช้วิธีการทำตามคำสั่งซื้อและกระจายไปยังแต่แห่ ส่วนในการด้านการตลาดจะให้คนกลางเป็นคนตกลงกับลูกค้าแล้วเอาคำสั่งซื้อมากระจายในกลุ่มและแบ่งแยกไปตามกลุ่มแห่ ส่วนการพัฒนาลายใหม่มีพัฒนาชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนทุนและการอบรมพัฒนาลายผ้า

ส่วนผลวิจัยเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อพัฒนาสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์ยังเป็นลักษณะวัตถุดิบที่นำไปใช้ประกอบกับการเย็บบนชิ้นงานอื่นๆ สินค้าที่ผลิตขึ้นก็จะเน้นตามความต้องการของตลาดมีลวดลายหลากหลาย แต่สินค้ายังขาดด้านการประยุกต์ร่วมสมัยเพื่อสร้างความแตกต่างยังไม่ค่อยมีสินค้าประเภทเชิงประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ตลอดจนตราสินค้าของผลิตภัณฑ์กลุ่มผู้สูงอายุยังไม่มี โดยปัจจุบันใช้ชื่อผ้าปกลายม้งแต่ยังขาดสัญลักษณ์ในการสื่อสารในตลาด

ส่วนผลวิจัยส่วนประเด็นส่วนประสมการตลาดด้านราคา พบว่า ราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าปกลายม้งมีราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชนชั้นประเภทเดียวกัน ซึ่งวิธีการกำหนดราคาพิจารณาโดยใช้วิธีกำหนดจากต้นทุนสินค้าและบวกค่าเวลาในการทำงาน โดยคิดต้นทุนเป็นต่อเมตร และขึ้นอยู่กับความยากง่ายของลาย ส่วนทิศทางราคาในอนาคต พบว่า ทางกลุ่มผู้สูงอายุและองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยจะมีการปรับให้สูงขึ้นในอนาคต เพราะ คนปักษ์น้อยลง แล้วอีกอย่างลายก็ยากขึ้น ราคาเพิ่มประมาณ 2 – 3 เท่า จะเน้นดีไซน์ให้ตอบโจทย์ตลาดมากขึ้น และวิธีการชำระเงินมีหลายช่องทาง เช่น ชำระเงินสด จ่ายผ่านไปรษณีย์

ส่วนผลวิจัยประเด็นส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้รับซื้อจะเป็นร้านค้าที่อยู่ในพื้นที่โดยที่กลุ่มผู้ผลิตสามารถนำไปขายได้เลย ทั้งนี้ตลาดของสินค้าจะมีกลุ่มตลาดเป้าหมายภายในประเทศจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาอยู่ในพื้นที่เข็กน้อยและเขาค้อ และยังมีต่างจังหวัด อีกทั้งภายในชุมชนที่อุดหนุนกันเอง และกลุ่มลูกค้าที่ได้จากการออกบูท นอกจากนี้ยังมีการสร้างความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกันขายสินค้า เช่น การท่องเที่ยว ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร นอกจากนี้ในแต่ละจังหวัดจะมีความร่วมมือทางการค้า โดยใช้ชาติพันธ์ตกลงกันและใช้ช่องทางว่าใครจะสามารถเป็นช่องทางในการประสานจากข้างนอกได้ และกระจายออเดอร์ไปตามแต่ละพื้นที่ หลังจากนั้นก็รวมสินค้าขายกันทีเดียวแล้วไปขาย ดังนั้นเครือข่ายนี้มีความสำคัญมาก นอกจากนี้วิธีการแก้ปัญหาจากการขายสินค้าไม่ได้จะใช้วิธีการสต็อกสินค้าไว้ที่ร้านค้าโดยให้ร้านค้าเก็บไว้เป็นชุดหรือทางกลุ่มผู้สูงอายุจะทำการปักแล้วเก็บไว้

ส่วนผลวิจัยประเด็นส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ทางกลุ่มผู้สูงอายุใช้วิธีการสื่อสารการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายด้วยวิธีการการออกร้านค้าในงานแสดงสินค้าต่างๆ ทำให้เกิดการหมุนของสินค้าและได้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆในการขายสินค้า ซึ่งเร็วกว่าการตั้งร้านอยู่กับที่ นอกจากนี้ยังใช้ชาวม้งเป็นคนไปออกบูทแสดงสินค้าเองเพื่อเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ เป็นวิธีการที่ช่วยให้ลูกค้าสนใจเยอะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงวิธีการปักเพื่อให้เห็นเรื่องราวของความเป็นมาของชิ้นงาน อีกทั้งในปัจจุบันทางกลุ่มเริ่มมีการนำเครื่องทางการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เฟสบุ๊ค และเว็บไซต์ แต่ยังไม่เคยมีการทำโฆษณา ซึ่งการสื่อสารกับลูกค้าก็สามารถที่จะติดต่อโดยการโทรศัพท์และการแชทเข้ามาที่เฟสบุ๊คได้โดยตรง ปัญหาของสินค้าคือ ภาพลักษณ์ของสินค้าเมื่อเทียบกับคู่แข่งสินค้าของทางภาคเหนือและอีสานจะมีผ้าชิ้นตื้นจก ซึ่งจะมองดูอินเทอร์เน็ตว่าสินค้าผ้าปกลายม้งของกลุ่มผู้สูงอายุตำบลเข็ก จึง

สะท้อนได้ว่าปัญหาของตัวสินค้าคือ กระบวนการสื่อสารให้คนรู้ทั่วไปเข้าใจถึงความแตกต่างของตัวสินค้าผ้าปักลายม้ง

ในส่วนมุมมองทางด้านลูกค้า จากผลวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุบ้านเข็กน้อย ร้อยละ 88.00 ในขณะที่ผู้ที่รู้จักคิดเป็นร้อยละ 22 ซึ่งพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่รู้จักส่วนใหญ่ ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้สูงอายุบ้านเข็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 75.00 โดยส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของชาวม้ง และ พืชผักและผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 33.00 เหตุผลที่เลือกซื้อส่วนใหญ่เพราะ สินค้ามีคุณภาพ ซื้อเมื่อมีโอกาสไปเที่ยว และซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าที่ขายโดยคนในชุมชนเอง ซึ่งแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จากการบอกต่อ นอกจากนี้จากผลวิจัยเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและงานผ้าปักของชาวม้ง อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์ ของกลุ่มที่รู้จักผลิตภัณฑ์ชาวม้งโดยเจาะไปในประเด็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและงานผ้าปักของชาวม้ง จากผลวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่รู้จักซื้อผ้าปักของชาวม้งบ้านเข็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ซึ่งลูกค้ามองว่าเป็นสินค้ามีคุณภาพ และมีตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างด้านราคามีความเหมาะสมในการซื้อใช้ นอกจากนี้ลูกค้าต้องการให้มีการพัฒนาสินค้าประเภทกระเป๋า

ส่วนประเด็นทางด้านส่วนประสมทางการตลาด จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดลูกค้าให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาดโดยประเด็นในเรื่องด้านพนักงานขายมีอิทธิพลดีและพนักงานขายแต่งกายสุภาพเพราะพนักงานจะเป็นชาวม้งซึ่งจะเป็นสิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้า ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาพบว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมาโดยประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญคือ ด้านการให้ข้อมูลราคาสินค้าที่ชัดเจน เพราะจากการลงสำรวจพบว่า การแสดงราคาสินค้าที่ตัวผลิตภัณฑ์นั้นไม่มีการแสดงไว้เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจในการซื้อ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ประเด็นทางด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด และส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ประเด็นทางด้านสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก เช่น ร้านค้าอยู่หน้าถนน สามารถจอดรถได้สะดวกสบาย

## 5.2 สรุปผลการวิจัย

### 1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้สูงอายุในตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปประเด็นเรื่องลักษณะการทำงานของผู้สูงอายุด้านการแบ่งกลุ่มทำสินค้าและบริการ โดยจากการสัมภาษณ์นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย พบว่ายังไม่มียุทธศาสตร์ในการผลิตสินค้าที่ชัดเจน เพราะในสมัยก่อนทางตำบลพยายามส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเป็นหลักแต่ไม่ได้ทำให้ขายสินค้าได้จริง เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ทำให้ขายสินค้าได้ไม่มากนัก ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ไม่สามารถขายสินค้าได้จำนวนมากเท่าที่ควร โดยส่วนมากแล้วคนเข็กน้อยจะเป็นเกษตรกรและเลี้ยงสัตว์ ประมาณร้อยละ 99 ปลุกชิงเป็นหลัก เมื่อมีเวลาว่างจึงทำอย่างอื่นเล็ก ๆ น้อย ๆ ได้แก่จักสาน การทำผ้าเขียนเทียน การทำผ้าปักลายม้ง เป็นต้น โดยส่วนใหญ่แล้วจะไม่พบปัญหาเกี่ยวกับผู้สูงอายุมากนัก เพราะปกติแล้วคนม้งจะอยู่กันเป็นครอบครัวและเครือญาติ นับถือเคารพดูแลซึ่งกันและกัน ไม่ทอดทิ้งให้ผู้สูงอายุอยู่ลำพังคน

เดียว ซึ่งในปัจจุบันทางองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อยได้มีการจัดตั้งชมรมผู้สูงอายุขึ้นมา มีการจัดตั้งคณะกรรมการและมารวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมกันในวันจันทร์ วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาในระยะแรกเน้นการลดความซึมเศร้าที่จะเกิดขึ้นในผู้สูงอายุ มีโครงการกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้ด้านวัฒนธรรมให้กับคนที่อยากเรียน เช่น สอนเป่าแคนม้ง สอนพิธีการเวลามีคนตาย พิธีการแต่งงาน คำกล่าวพิธีต่าง ๆ ซึ่งใช้กลุ่มวัฒนธรรมเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งกลุ่มวัฒนธรรมที่จะมาสอนคือผู้สูงอายุ

ในด้านการส่งเสริมการประกอบอาชีพให้กับผู้สูงอายุในกลุ่มชมรมอยู่ในช่วงเริ่มต้น ส่งเสริมจากความสนใจในการหาความรู้เพิ่มเติมของผู้สูงอายุ เช่น การนำกลุ่มผู้สูงอายุในชมรมเข้าศึกษาดูงานในเรื่องการคัดแยกขยะ เช่น นำหลอดกาแฟไปทำเป็นกระเป่า เพราะว่ามีผู้สูงอายุจะค่อนข้างมีเวลาว่างมากกว่าวัยทำงาน นอกจากนี้ผู้หญิงชาวแม้งยังเก่งเรื่องการทำผ้าปักลายแม้ง ส่วนผู้ชายจะถนัดด้านการทำจักสาน สุ่มไม้ และตีมีด เนื่องจากผ้าปักลายแม้งเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับชุมชนชาวแม้ง ทางกลุ่มองค์การบริหารส่วนตำบลจึงอยากส่งเสริมและผลักดันเพื่อสร้างเป็นรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ มีการเชิญกรมพัฒนาฝีมือแรงงานเข้ามาถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าปัก กระเป่า พวงกุญแจ เพราะการที่ผู้สูงอายุทำอยู่บ้านเพียงอย่างเดียวจะไม่ได้มีการพัฒนาลายหรือรูปแบบใหม่ เช่นจะเย็บผ้าปักลายแม้งเป็นแบบเดิม แต่ถ้าหากพัฒนาผ้าปักลายแม้งเป็นรูปแบบของกระเป่าทรงต่าง ๆ ก็จะสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบและลายของผ้าปักลายแม้งมีการพัฒนาขึ้น จากแต่ก่อนมีแค่ทรงเดียว เป็นสีดำพื้นอย่างเดียว และเป็นเนื้อผ้ากำมะหยี่ แต่เดี๋ยวนี้จะมีสีและลวดลายเพิ่มขึ้นมาเป็นสีเหลือง สีแดง สีเขียวและสีขาว โดยผู้สูงอายุให้ความร่วมมือในการพัฒนารูปแบบของสินค้า ซึ่งแต่ก่อนจะมีแต่เสื้อ ผ้าคาดเอว กางเกง แต่เดี๋ยวนี้จะมีเป็นพวงกุญแจ กระเป่า

## 2. เพื่อพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้สูงอายุในตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์ นำไปสู่การสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ

ปัญหาและแนวทางการพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้สูงอายุในตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

### 2.1 ด้านสินค้า (Product)

ทางด้านลักษณะเฉพาะของตัวสินค้าเป็นชิ้นงานหรือเป็นเพียงเส้นผ้าปักลายแม้งที่ต้องนำไปประยุกต์ให้เข้ากับสินค้าประเภทอื่น เช่น กระเป่า เสื้อผ้า จากการสำรวจจากลูกค้าพบว่าต้องการให้สินค้ามีประเภทและรูปแบบที่หลากหลาย มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่ตลอดให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด ซึ่งในปัจจุบันมีลายเยอะมากกว่า 100 ลาย สินค้าค่อนข้างมีคุณภาพที่ดี สีไม่ตก เมื่อนำมาซัก ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจจากลูกค้าที่เคยซื้อผ้าปักลายแม้งอันดับแรกพิจารณาจากคุณภาพเป็นสำคัญ แต่มีปัญหาเรื่องลูกค้าเกิดความเข้าใจผิดระหว่างผ้าปักลายแม้งและผ้าขึ้นตีนจกในภาคอีสาน เนื่องจากมีลักษณะลวดลายที่ใกล้เคียงกัน ไม่มีตราสินค้าที่ชัดเจน มีเพียงคำว่า “ผ้าปักลายแม้ง” เพียงอย่างเดียว สิ่งนี้จึงเป็นสาเหตุหลักอันดับแรกของลูกค้าไม่เคยซื้อผ้าปักลายแม้งต้องการให้สินค้าปรับปรุงด้านตราขายให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากสินค้าชนิดอื่น

### 2.2 ด้านราคา (Price)

ราคาสินค้านั้นจะขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของลาย ยิ่งลายมีความซับซ้อนยิ่งมีราคาสูง ต้นทุนของสินค้าจะอยู่ที่ประมาณราคา 300 บาท (ค่าด้าย ผ้า) เมื่อทำการปักลายแม้งเข้าไปจะมีมูลค่าเพิ่มอยู่ที่ประมาณ 1000 บาทต่อเมตร ทางชุมชนจึงมีความคิดเห็นว่าราคาต้นทุนที่ต่ำ เป็นจุด

แข็งของผลิตภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันกับสินค้าชนิดอื่นได้ สนับสนุนกับผลการสำรวจจากลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าไปพิจารณาเป็นอันดับ 2 เนื่องจากราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน อันดับหนึ่งคือลูกค้ามีความต้องการให้ข้อมูลราคาสินค้าที่ชัดเจน ลำดับต่อมาสามารถต่อรองราคาได้ และมีระดับราคาที่หลากหลาย เมื่อพิจารณาด้านปัญหาด้านราคา พบว่าผ้าปักลายม้งไม่มีการปรับราคาผ้าเลย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้ราคาไม่เป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และจากการที่ผ้าปักลายม้งเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มทำให้ลูกค้าภายนอกมองว่าในราคานี้สูงไปสำหรับเขา สอดคล้องกับการสำรวจความต้องการของลูกค้าลำดับที่สามคือมีระดับราคาที่หลากหลาย

### 2.3 สถานที่ในการจัดจำหน่าย

จากการสัมภาษณ์และสำรวจในปัจจุบันมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าอยู่ 5 แห่งได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายในหมู่บ้าน ร้านที่จำหน่ายอยู่ในมังเซนต์เตอร์ ร้านขายของฝากมังริมถนนหล่มสัก-เขาค้อ ร้านขายของที่ระลึกในผาช่อนแก้ว และมีพ่อค้าคนกลางรวบรวมซื้อจากญาติพี่น้องจำนวน 4-5 หลังคาเรือน โดยมีลักษณะการเข้าถึงร้านดังต่อไปนี้

- 1.) ร้านที่ตั้งอยู่ในซอยของหมู่บ้านนักท่องเที่ยวจะสังเกตเห็นยากเนื่องจากเป็นตึกแถวที่มีลักษณะคล้ายกันหมด ไม่มีการตกแต่งที่โดดเด่นจากร้านค้าอื่น ๆ
- 2.) ร้านค้าขายของชาวมังที่อยู่ในมังเซนต์เตอร์จะต้องขับรถเข้าไปในโซนร้านค้า จึงจะสามารถสังเกตเห็นร้านได้ ถือว่ามีความโดดเด่นอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.) ร้านขายของที่ระลึกเช่น ร้านในวัดผาช่อนแก้วพบว่าไม่มีปัญหาทางด้านที่จอดรถ สะดวกต่อการเดินเลือกซื้อสินค้า
- 4.) ร้านที่ขายของชาวมังที่ริมถนนหล่มสัก-เขาค้อ สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและสะดวกในการจอดรถ

จากการสำรวจจากด้านลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ้าปักลายม้ง ส่วนใหญ่ซื้อเพราะมาท่องเที่ยวและเลือกซื้อที่ร้านในท้องที่ แต่ถ้าหากไม่ได้มาเที่ยวที่นี่ก็จะไม่ได้ซื้อ สอดคล้องกับแบบสำรวจอันดับ 1 และ 2 คือร้านมีแหล่งจำหน่ายน่าเชื่อถือ คืออยู่ในพื้นที่เลย และสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก เมื่อสำรวจจากด้านลูกค้าที่ไม่ได้ซื้อพบว่าอยากให้ร้านสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกมากกว่านี้

### 2.4 โปรโมชัน (Promotion)

จากการสอบถามจากชุมชนพบว่าในปัจจุบันผ้าปักลายม้งไม่มีการจัดโปรโมชันสำหรับการขายเลย มีการออกบูธประชาสัมพันธ์บ้าง เช่น งานของการท่องเที่ยวไทย ในด้านของพนักงานขายพบว่าคนม้งมีลักษณะคือพูดเก่งเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว จึงสามารถขายของได้ง่ายไม่ติดขัด สอดคล้องกับผลสำรวจจากลูกค้าที่เคยซื้อผ้าปักลายม้ง ที่กล่าวว่าเหตุผลอันดับหนึ่งที่ซื้อคือพนักงานขายมีอัธยาศัยดี พนักงานขายแต่งกายสุภาพ อันดับสองคือพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และมีการบริการของพนักงานขายที่ดี ในด้านของลูกค้าที่ไม่เคยซื้อผ้าปักลายม้ง ต้องการให้มีรายการ Promotion ที่น่าสนใจมากกว่านี้เป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่สมัยใหม่ และลำดับที่สามมีสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม

### 3. จัดทำนโยบายการส่งเสริมด้านการผลิตและการตลาดให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

3.1 นโยบายส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ผ้าปักลายม้งของกลุ่มผู้สูงอายุ ควรจัดทำนโยบายในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาตราสินค้าและเอกลักษณ์ที่สะท้อนที่มาของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยจากผลการวิจัยทางส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ทางกลุ่มยังขาดทักษะการตลาดทางด้านการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ประยุกต์ในรูปแบบสินค้าประเภทอื่นและเอกลักษณ์ของตัวสินค้าที่บ่งบอกถึงแหล่งกำเนิดสินค้าให้กับลูกค้า ตลอดจนตราสินค้าที่ของผลิตภัณฑ์ผ้าปักลายม้งกลุ่มผู้สูงอายุ

จากผลวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ลูกค้าที่เคยซื้อผ้าปักลายม้งให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นด้านคุณภาพ เอกลักษณ์ และประเภทรูปแบบที่หลากหลาย ส่วนผลวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ไม่เคยซื้อให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสินค้ามีตราที่ยี่ห้อที่ชัดเจน ประโยชน์จากตัวสินค้า และการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

3.2 นโยบายส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาผ้าปักลายม้งของกลุ่มผู้สูงอายุ ควรจัดทำนโยบายในประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมด้านการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจนของทุกร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์ผ้าปักลายม้ง นโยบายเกี่ยวกับการกำหนดราคาเพื่อรองรับราคาสินค้าชนิดพิเศษเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ผ้าปักลายม้ง และราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน โดยจากผลการวิจัยทางส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า ทางกลุ่มยังขาดทักษะการตลาดทางด้านราคาเกี่ยวกับการกำหนดราคาที่ดีสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดโดยผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ผ้าปักลายม้งของกลุ่มผู้สูงอายุใช้วิธีการกำหนดราคาตามความยากง่ายของลาย โดยต้นทุนในการผลิตอยู่ในระดับต่ำ และประเด็นทางด้านการกำหนดราคาเพื่อสำหรับคนกลางทางการตลาด จากผลวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ลูกค้าที่เคยซื้อผ้าปักลายม้งให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นด้านการให้ข้อมูลราคาสินค้าที่ชัดเจน ราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน และมีระดับราคาที่หลากหลายส่วนผลวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ไม่เคยซื้อให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีการให้ข้อมูลระดับราคาสินค้าชัดเจน สามารถต่อรองราคาได้ และราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน

3.3 นโยบายส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าปักลายม้งของกลุ่มผู้สูงอายุ ควรจัดทำนโยบายในประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หาซื้อได้ง่ายและสะดวก โดยจากผลการวิจัยทางส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ทางกลุ่มยังขาดทักษะการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตให้ทันสมัยโดยผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การที่สามารถมีช่องทางการหาซื้อที่ง่ายและสะดวกทำให้กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยซื้อจะสนใจมาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น จากผลวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ลูกค้าที่เคยซื้อผ้าปักลายม้งให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นด้านแหล่งจัดจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก แหล่งจำหน่ายเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และสถานที่จำหน่ายสะอาด และสวยงามและส่วนผลการวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า

ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ไม่เคยซื้อให้ความสำคัญเกี่ยวกับการหาซื้อที่ง่าย สะดวก แหล่งจำหน่ายเหมาะสมกับภาพลักษณ์ และแหล่งจำหน่ายน่าเชื่อถือ

3.4 นโยบายส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดให้กับผ้าปักลายม้งของกลุ่มผู้สูงอายุ ควรจัดทำนโยบายในประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีรายการ Promotion ที่น่าสนใจ โดยจากผลการวิจัยทางส่วนประสมทางการตลาดด้านรายการ Promotion พบว่า ทางกลุ่มยังขาดทักษะด้านการจัดราคาโปรโมชั่นโดยผลวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การที่เพิ่มรายการ Promotion ให้กับสินค้าผ้าปักลายม้งได้ จะส่งเสริมให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้ และควรจัดทำนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดจากผลวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ลูกค้าที่เคยซื้อผ้าปักลายม้งให้ความสำคัญเกี่ยวกับประเด็นด้านการพนักงานขายมีอัธยาศัยดี แต่งกายสุภาพ มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการบริการของพนักงานขายและควรจัดทำนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด โดยจากผลวิจัยที่ทำการสอบถามลูกค้าที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ไม่เคยซื้อให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีรายการ Promotion ที่น่าสนใจ มีสื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ และมีสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม