

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนากระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้สำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย” ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) เครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ได้แก่ นักพัฒนาชุมชน หัวหน้าส่วน สวัสดิการสังคมตำบลปากแคว หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดสุโขทัย และนายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลปากแคว ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีฝีมือในการทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชน ปัญหา และอุปสรรคที่มีต่อกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย 2) พัฒนาแนวทางกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย 3) จัดทำนโยบายการส่งเสริมด้านการกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย โดยแบ่งการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของชุมชน ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมด้านการกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของชุมชน ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย**

### **บริบททั่วไปของตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย**

ตำบลปากแควเป็นตำบลที่มีตำนานเล่าขานกันมาว่า แต่เดิมมีชื่อว่า “บ้านปากแม่น้ำ” และหลังจากมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นหมู่บ้านต่างๆ ในเขตพื้นที่ของตำบล จึงเรียกกันว่า “ปากแคว” ซึ่งมีความหมายว่ามีที่ตั้งอยู่บริเวณปากแม่น้ำก่อนเข้าสู่ตัวอำเภอเมืองสุโขทัย ซึ่งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอเมืองสุโขทัย ระยะทางห่างจากตัวเมืองสุโขทัยเพียง 2 กิโลเมตร และมีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำยมไหลผ่านกลางพื้นที่ของตำบลปากแคว ซึ่งฝั่งตะวันออกของของลำน้ำยมมีหมู่บ้านทั้งหมด 6

หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 2,3,4,5,8,9 และมีถนนลาดยางสายหลักที่ผ่านพื้นที่ จำนวน 2 สาย คือ ถนนจรดวิถีถ่อง หรือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 และถนนบายพาส สายจังหวัดสุโขทัย – พิษณุโลก หรือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 และฝั่งตะวันตกของของลำน้ำยมมีหมู่บ้านทั้งหมด 3 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1,6,7 และมีถนนลาดยางสายหลักที่ผ่านพื้นที่ จำนวน 2 สาย คือ ถนนสายสุโขทัยไปอำเภอศรีสำโรง หรือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1195 และถนนบายพาส สายจังหวัดสุโขทัย – จังหวัดตาก และจังหวัดกำแพงเพชร หรือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 และมีคลองสาขาแยกออกจากแม่น้ำยม จำนวน 14 คลอง องค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว อำเภอเมืองสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เดิมเป็นสภาตำบลปากแคว ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ได้รับประกาศจัดตั้งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลจากกระทรวงมหาดไทยเมื่อวันที่ 19 เดือนมกราคม พ.ศ.2539 ปัจจุบันเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลขนาดกลาง

#### ส่วนบริบททางด้านสังคมของตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย

- 1) จัดตั้งกลุ่มชุมชน จำนวน 9 หมู่บ้าน
- 2) ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ
- 3) ประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ

3.1) ประเพณีสงกรานต์และสรงน้ำพระ รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ กำหนดจัดในเดือนเมษายนของทุกปี กิจกรรมที่สำคัญทำบุญตักบาตร สรงน้ำพระ รดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ และมีกิจกรรมทางด้านนันทนาการแข่งขันกีฬาประจำตำบล โดยมีการแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างหมู่บ้าน

3.2) ประเพณีลอยกระทง จัดในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี จัดร่วมกับอำเภอเมืองสุโขทัย ณ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและวัดบางคลอง หมู่ที่ 8

3.3) ประเพณีแข่งขันเรือยาววัดปากแคว ประมาณเดือน ตุลาคม – พฤศจิกายน ของทุกปี

3.4) ประเพณีบวชนาคสามัคคี วัดปากแควและวัดบางคลอง ประมาณเดือนมิถุนายนของทุกปี

#### 4) การศึกษา

4.1) โรงเรียนอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว มีจำนวน 4 แห่ง

4.1.1) โรงเรียนอนุบาลสุโขทัย

4.1.2) โรงเรียนบ้านปากแคว

4.1.3) โรงเรียนบ้านบางคลอง (ส)

4.1.4) โรงเรียนบ้านบางคลอง (ร)

4.2) ศูนย์การศึกษาอนุเคราะห์และการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอเมืองสุโขทัย

4.3) ศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดสุโขทัย

4.4) ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (อนุบาล 3 ขวบ) ในสังกัด อบต. 4 แห่ง ได้แก่

- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบางคลอง (ร)
- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบางคลอง (ส)
- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านปากแคว
- ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านห้วยลาภ

## 5) กีฬา นันทนาการ/พักผ่อน

- สนามฟุตบอล ( ของโรงเรียน )	จำนวน	4 แห่ง
- สนามบาสเกตบอล ( รวมของโรงเรียน )	จำนวน	3 แห่ง
- สนามตะกร้อ ( รวมของโรงเรียน )	จำนวน	2 แห่ง
- ลานกีฬาหมู่บ้าน หมู่ที่ 1, 3, 4	จำนวน	3 แห่ง

## 6) สาธารณสุข

ก) ศูนย์บริการสาธารณสุขในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว จำนวน 1 แห่ง

ข) บุคลากรทางการแพทย์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในสถานีอนามัยตำบลปากแคว

- หัวหน้าสถานีอนามัยตำบลปากแคว	จำนวน	1 คน
- เจ้าพนักงานสาธารณสุขชำนาญงาน	จำนวน	3 คน
- พยาบาลวิชาชีพ	จำนวน	2 คน
- ลูกจ้างชั่วคราว	จำนวน	1 คน

ค) ผู้เข้ารับการรักษาที่ศูนย์บริการสาธารณสุข (1 ม.ค. 2554 – 31 ธ.ค.54)

ง) ประเภทการเจ็บป่วยที่เข้ารับการรักษาที่ศูนย์บริการสาธารณสุข 5 อันดับแรก

1. โรคไข้หวัด
2. โรคคออักเสบ
3. โรคปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ
4. โรคความดันโลหิตสูง
5. โรคเวียนศีรษะ

จ) จำนวนประชากรผู้สูงอายุของตำบลปากแคว

ตารางที่ 1 ข้อมูลประชากรผู้สูงอายุของตำบลปากแคว

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	ผู้สูงอายุ		
		จำนวน (คน)		
		ชาย	หญิง	รวม
1	บ้านวังหิน	79	75	154
2	บ้านบางควาย	35	58	93
3	บ้านบางคลอง	59	72	131
4	บ้านปากแคว	74	83	157
5	บ้านท่าพระ	20	45	65
6	บ้านบางคลอง	38	65	103
7	บ้านบางสง	55	78	133
8	บ้านบางคลอง	56	77	133
9	บ้านห้วยลาก	68	80	148
	รวม	484	633	1,117

### บริบทด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย

#### ก) ภูมิอากาศ

- อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดประมาณ 40 องศาเซลเซียส เฉลี่ยต่ำสุดประมาณ 28 เซลเซียส
- ปริมาณน้ำฝนทั้งปีประมาณ 1,700 มิลลิเมตร
- ลมที่พัดเข้าสู่จังหวัดสุโขทัยและเขตเทศบาลเมืองสวรรคโลก มีด้วยกัน 3 ทิศทาง
  - (1) เดือนมกราคม – เมษายน ลมพัดมาจากทางทิศใต้
  - (2) เดือนพฤษภาคม – กันยายน ลมพัดมาจากทางทิศตะวันออกเฉียงใต้
  - (3) เดือนตุลาคม – ธันวาคม ลมพัดมาจากทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ

#### ข) แหล่งน้ำ ได้แก่ แม่น้ำยม

#### ค) การระบายน้ำ

- พื้นที่น้ำท่วม (ท่วมขังจากสาเหตุปริมาณน้ำฝน) คิดเป็นร้อยละ 15 ของพื้นที่ทั้งหมด
- ระยะเวลาเฉลี่ยที่น้ำท่วมขังนานที่สุด 20 – 30 วัน ประมาณช่วงเดือนมิถุนายน – สิงหาคม

#### ง) ปริมาณขยะ 5 ตันต่อวัน

#### จ) รถยนต์ที่ใช้จัดเก็บขยะ รวม 1 คัน ดังนี้

- รถยนต์ ขนาดความจุ 12 ลูกบาศก์เมตร ซื้อเมื่อปี พ.ศ. 2545

#### ฉ) ขยะที่เก็บขนได้ จำนวน 4-5 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

กำจัดขยะโดยวิธี ฝังกลบ ณ สถานที่ฝังกลบขยะของเทศบาลเมืองสุโขทัย

#### ช) ที่ดินสำหรับกำจัดขยะที่กำลังใช้ จำนวน 50 ไร่

- เจ้าของที่ดินคือ เทศบาลเมืองสุโขทัย ตั้งอยู่นอกเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแควห่างจากองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว เป็นระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร

### บริบททั่วไปด้านเศรษฐกิจของตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย

#### 1. โครงสร้างทางเศรษฐกิจ/รายได้ประชากร

ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายและเกษตรกรรมได้แก่ ทำนา ทำไร่ และทำสวน รายได้ประชากรเฉลี่ยต่อคน/ปี โดยจำแนกเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก พ.ศ.2554 ดังนี้

ตารางที่ 2 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ / รายได้ประชากรตำบลปากแคว

ลำดับของตำบล	หมู่บ้าน	รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (บาท)
1	หมู่ที่ 7 บางสง	28,917.36
2	หมู่ที่ 3 บางคลอง	31,185.70
3	หมู่ที่ 8 บางคลอง	45,752.05
4	หมู่ที่ 4 ปากแคว	49,295.50
5	หมู่ที่ 1 วังหิน	52,826.51
6	หมู่ที่ 9 ห้วยลาก	62,251.18
7	หมู่ที่ 6 บางคลอง	62,784.92
8	หมู่ที่ 2 บางควาย	63,432.97
9	หมู่ที่ 5 ท่าพระ	211,137.00
	เฉลี่ยรายได้ต่อคนต่อปีของคนในพื้นที่	57,040.62

\*\* ข้อมูลจาก สรุปผลการจัดเก็บข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ประจำปี 2554

#### 2. การเกษตรกรรม

ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ ทำนา ทำไร่ และทำสวน พื้นที่ส่วนใหญ่จะทำไร่ยาสูบ ไร่ข้าวโพด และทำสวนผลไม้ เป็นต้น

#### 3. การพาณิชย์กรรม

ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว ซึ่งมีเขตติดต่อกับเขตเทศบาลเมืองสุโขทัย และจังหวัดสุโขทัย ซึ่งเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าทางด้านเกษตรกรรม เช่น พืชผัก ผลไม้ และใบยาสูบ โดยในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแควจะเป็นแหล่งรับซื้อใบยาสูบ พืชไร่ที่สำคัญ เป็นต้น

#### 4. การอุตสาหกรรม

ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว มีอุตสาหกรรมหลายประเภท ได้แก่ โรงงานผลิตน้ำตาล โรงงานผลิตน้ำดื่ม และมีคลังสินค้าเพื่อการเกษตร

#### 5. การท่องเที่ยว

ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปากแคว มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ วัดราษฎร์ศรัทธาธรรม (วัดปากแคว) ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อบุญ ซึ่งที่เคารพบูชาของชาวตำบลปากแควและใกล้เคียง

#### ข้อมูลเชิงการพาณิชย์กรรมและบริการ

- โรงแรม	4	แห่ง	- ปั้มน้ำมันและก๊าซ	4	แห่ง
- ปั้มน้ำ	2	แห่ง	- บรรจุก๊าซ	1	แห่ง
- ร้านขายของชำ	71	แห่ง	- บ้านเช่า	34	แห่ง
- ร้านอาหาร/ร้านอาหารตามสั่ง	36	แห่ง	- คาราโอเกะ	3	แห่ง

- บริษัทประกันภัย	4	แห่ง	- สหกรณ์	1	แห่ง
- อุ้มอรรถและประดับยนต์	48	แห่ง	- โรงงานน้ำปลา	1	แห่ง
- โกดังเก็บของ	2	แห่ง	- บริษัทลีสซิ่ง	1	แห่ง
- ร้านเสริมสวย	7	แห่ง	- โต๊ะสนุกเกอร์	2	แห่ง
- โรงงานทำผักกาดเค็ม	2	แห่ง	- รับซื้อของเก่า	-	แห่ง
- โรงงานบรรจุน้ำ	1	แห่ง	- ศูนย์จำหน่ายรถยนต์	3	แห่ง
- อื่น ๆ	60	แห่ง			

จากการสัมภาษณ์ในตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย พบว่าแนวโน้มจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยมีสัดส่วนร้อยละ 70 ของคนในชุมชนทั้งหมด นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ประเด็นด้านแนวทางการดำเนินงานกับผู้สูงอายุมีการพัฒนาศักยภาพตามช่วงวัยและความต้องการของแต่ละบุคคลที่สอดคล้องทั้งรายได้และสุขภาพ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการจัดตั้งกลุ่มโรงเรียนผู้สูงอายุ โดยเน้นการเสริมสร้างด้านสุขภาพ เพื่อส่งเสริมสุขภาพอนามัยความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุ นอกจากนี้องค์การบริหารส่วนตำบลปากแควได้รับงบประมาณกองทุนหลักประกันสุขภาพโดยจัดให้มีกิจกรรมสำหรับสุขภาพเช่น การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ สันทนาการ การพูดคุยเกี่ยวกับสุขภาพ และในการแจกเบี้ยผู้สูงอายุของตำบลปากแควได้มีการนำหน่วยงานสาธารณสุขออกให้บริการตรวจสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การตรวจเบาหวาน ความดัน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมด้านสุขภาพให้แก่ผู้สูงอายุอีกด้วย

สำหรับการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้สูงอายุซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งต้องเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงวัย ความถนัดและและความสนใจของตัวผู้สูงอายุเอง โดยมีการคัดเลือกหมู่บ้านที่มีความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรม องค์การบริหารส่วนตำบลปากแควได้ดำเนินการจัดวิทยากรสอนอาชีพเพื่อเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ไปสู่รุ่นหลังต่อไป เช่น การทำบายศรี การจัดสวน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ส่งเสริมความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุเช่น ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนตำบลปากแคว (กศน.ตำบลปากแคว) และพัฒนาชุมชน แต่การส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้สูงอายุยังไม่สามารถรวมเป็นกลุ่มอาชีพได้เนื่องจากผู้สูงอายุบางคนไม่ยอมถ่ายทอดภูมิปัญญาไปยังบุคคลอื่น ไม่มีการส่งเสริมในด้านการตลาดและบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ผลิต ซึ่งมักมีคนที่กล่าวว่า “ผลิตได้แต่ขายไม่ได้” เพราะสินค้าไม่เป็นที่สนใจเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัยและการส่งเสริมการตลาดไม่ดีพอ

หากกล่าวถึงสินค้าชุมชนภายในตำบลปากแควที่มีการส่งเสริมการประกอบอาชีพสำหรับผู้สูงอายุแล้วนั้น กล่าวได้ว่าเกือบทุกหมู่บ้านมีการส่งเสริมการประกอบอาชีพ เช่น มีการทำขนมไทย น้ำพริก จิ้งหรีด น้ำพริกแกง สมุนไพรพื้นบ้าน แปรรูปอาหาร ไม้กวาด และการนำขยะมารีไซเคิลนั่นคือ ตะกร้า และกระเป๋าจากของกาแพ โดยสินค้าชุมชนที่มีชื่อเสียงที่สุดคือน้ำพริก จิ้งหรีดและแมลงสะตัง ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้ให้กับชุมชนอีกด้วย สินค้าชุมชนของตำบลปากแควสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ข้อมูลการประกอบอาชีพของกลุ่มผู้สูงอายุในตำบลปากแคว

หมู่ที่	ชนิดสินค้า	รายละเอียด
หมู่ 1	ขนมไทย (ขนมหม้อแกง ขนมชั้น ขนมเทียน)	ทำเป็นกลุ่มและมีการจัดจำหน่ายที่ตลาดของ ธนาคารเพื่อการเกษตรที่มีการส่งเสริมในพื้นที่
หมู่ 2	น้ำพริก จิ้งหรีด แมลงสะตัง	เป็นศูนย์เรียนรู้ชุมชน ซึ่งได้มีรายการมาถ่ายทำ กระบวนการผลิต
หมู่ 3	น้ำพริกแกง เขียวหวาน แกงป่า	ผู้ผลิตได้มีการกระบวนการสรรหาวัตถุดิบเองด้วยการ ปลูกข้าว ตะไคร้ปลอดสารพิษ และได้ให้อาจารย์มา ตรวจสอบสารพิษ
หมู่ 4	สมุนไพรหอมลงสมุนไพรพื้นบ้านลูก มะคม	มีการรวมกลุ่มในการผลิตสินค้าชนิดนี้ แต่มีปัญหา คือการขอ อย.ไม่ได้
หมู่ 6	การจัดการขยะ(รีไซเคิล) เช่น ตะกร้า กระเป๋าชองกาแพ	มีการรวมกลุ่มกัน แต่ขาดการออกแบบของ ผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย และไม่มีตลาดในการขาย
หมู่ 7	หัวใช้ทำ และไม้กวาด การผลิตข้าว กล้อง	กลุ่มผลิตข้าวกล้อง การปลูกผักปลอดสารพิษ เป็น วิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกประมาณ 30 คน
หมู่ 8	ปลาอย่าง ปลากรอบ ปลาเกลือ ปลา ส้ม ปลาแดดเดียว	ไม่มีการรวมกลุ่มกัน แต่มีการแปรรูปสินค้าในช่วงที่ ไม่ใช่ฤดูการทำเกษตรกรรม
หมู่ 9	ปลาส้ม	กลุ่มแม่บ้านทำปลาอย่างแบบพลังงานแสงอาทิตย์

จากข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของชุมชน ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อกระบวนการจัดการองค์ความรู้  
ด้าน การตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย  
สะท้อนได้ว่าในพื้นที่ของตำบลปากแควมีความหลากหลายทางด้านกลุ่มอาชีพจากทั้งหมดเก้าหมู่บ้าน ซึ่ง  
ทางอบต.ปากแควได้เข้าไปช่วยส่งเสริมให้กลุ่มผู้สูงอายุมีการรวมกลุ่มกัน ตลอดจนการยกระดับนโยบาย  
ทางด้านการส่งเสริมกลุ่มผู้สูงอายุให้มีศักยภาพมากขึ้นโดยจะมีการสร้างโรงเรียนพัฒนาฝีมือแรงงาน  
ผู้สูงอายุซึ่งกำลังอยู่ในช่วงดำเนินการ ทั้งนี้จากข้อมูลที่ทำการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุจะมีปัญหาใน  
ด้านความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มกันซึ่งบางกลุ่มที่เคยรวมตัวกันก็ยุบกลุ่มลงเพราะหลายสาเหตุปัญหา เช่น  
การไม่ถ่ายทอดกระบวนการทำงาน การขาดแนวทางในการพัฒนาสินค้า การขาดตลาดรับซื้อ การ  
ตัดสินใจแบบกลุ่มล่าช้าในการทำงานทำให้แยกตัวออกมาทำส่วนตัว ทั้งนี้จากสาเหตุดังกล่าวเป็นปัจจัย  
สำคัญที่ทางหน่วยงานจะต้องเข้ามาช่วยในการพัฒนาให้กลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุนั้นมีศักยภาพในการ  
แข่งขันและอยู่รอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาดจะเป็นองค์ความรู้ที่ทางกลุ่มผู้สูงอายุนั้นยังขาดการ  
ถ่ายทอดและการจัดเก็บที่เป็นระบบ จากการสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่มอาชีพพบว่ากลุ่มที่ยังมีการรวมกลุ่ม  
กันอย่างเข้มแข็งและมีศักยภาพคือ กลุ่มผู้สูงอายุปลูกผักแบบปลอดภัยที่มีการขายอยู่ในปัจจุบันและได้รับ  
การสนับสนุนจากภาครัฐที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้ทำการคัดเลือกธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดภัย

มาทำการศึกษาเพื่อทำการพัฒนากระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้สำหรับ  
 ธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุกลุ่มนี้ โดยในส่วนถัดไปจะเป็นการสัมภาษณ์รายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน  
 การตลาดและการจัดการองค์ความรู้ทางการตลาดในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด

## **ส่วนที่ 2 พัฒนาแนวทางกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชน ผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย**

จากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลบริบททั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือก  
 กลุ่มธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดภัยมาทำการศึกษา เนื่องจากมีความพร้อมและมีการ  
 ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน โดยจากสัมภาษณ์ประเด็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยแบ่งออกเป็น 4  
 ประเด็น คือ ประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ประสมการตลาดทางด้านราคา ประสมการตลาด  
 ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และประสมการตลาดทางการส่งเสริมการตลาด ผลการสัมภาษณ์  
 พบว่า

**ส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความ  
 จำเป็นหรือ ความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่มีสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น  
 บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า  
 บริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิด (เอ็ดเซล วอล์คเกอร์ และสแตนตัน., 2001) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย  
 อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือ  
 บุคคลผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จากการสัมภาษณ์  
 พบว่า ประเภทและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุกลุ่มผู้ปลูกผักปลอดภัยมีสินค้ากว่า 10  
 ประเภท โดยสินค้าแต่ละประเภทจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลเพาะปลูก เช่น พริก ถั่วพลู บวม ผัก ดอกโสน  
 แตงกวา ผักกาด ผักคะน้า เป็นต้น ซึ่งสินค้าทุกชนิดทางกลุ่มจะมีวิธีการสำรวจความต้องการตลาดก่อน  
 แล้วนำมาใช้ในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการ นอกจากนี้รูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม  
 ผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยจะเน้นรูปแบบที่ปลอดภัยต่อการบริโภคโดยสินค้าทุกชนิดจะต้องมีใบมาตรฐาน  
 รับรอง GAP นอกจากนี้ทางกลุ่มได้ กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่นั้นจะใช้วิธีการสังเกต  
 จากการซื้อของผู้บริโภคจากในพื้นที่ว่าชอบอะไรและจึงนำมาเริ่มทำแผนการเพาะปลูก ตลอดจนพัฒนา  
 ระบบการผลิตให้มีความปลอดภัยได้ตามมาตรฐาน GAP อีกทั้งทางกลุ่มมีกระบวนการจัดรูปแบบ  
 ผลิตภัณฑ์แบ่งตามรอบอายุของการเพาะปลูกระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวไม่เกินหนึ่งปี ส่วนประเด็น  
 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมามีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด พบว่า กลุ่ม  
 ผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยสามารถผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะทางกลุ่ม  
 จะมีการสำรวจตลาดก่อนทำการผลิตทุกครั้ง และผลผลิตมีจุดเด่นที่แตกต่างจากผักที่ใช้สารเคมี อีกทั้งมี  
 ใบรับรองการเพาะปลูกตามมาตรฐาน GAP โดยทางกลุ่มได้เสริมว่า ปัจจุบันผลผลิตมีไม่พอจำหน่ายกับ  
 การบริโภค ส่วนประเด็นทางด้านความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์พบว่า ความ  
 หลากหลายของผลิตภัณฑ์จะขึ้นกับความต้องการของตลาดที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาเป็นข้อมูลใน  
 การทำแผนผลิต และปัจจัยทางด้านฤดูกาลที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกพืชในแต่ละชนิด ซึ่งคุณภาพของ



ผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิตขึ้นจะผ่านการรับรองตามมาตรฐาน GAP ของกรมวิชาการเกษตร นอกจากนี้ตราสัญลักษณ์สินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยมีตราผลิตภัณฑ์ โดยใช้ชื่อกลุ่มผู้ผลิตข้าวโรงสีพระราชทานบ้านวังนางด่านและผักปลอดภัย โดยตราสินค้านี้จะติดอยู่บนป้ายโฆษณาส่วนตัวผลิตภัณฑ์ยังขาดบรรจุกฎหมายจึงทำให้การนำเสนอตราสินค้านี้ขาดตัวผลิตภัณฑ์ยังขาด

จากการสัมภาษณ์ประเด็นการดำเนินงานการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยให้ความสำคัญกับการตลาดนำการผลิตที่นำไปสู่การวางแผนบริหารผลิตภัณฑ์ได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งทางกลุ่มได้เน้นตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยโดยมีมาตรฐาน GAP รองรับ นอกจากการพิจารณาทางด้านตลาดแล้วทางกลุ่มพิจารณาในเรื่องรอบการผลิตรวมการดูแลแต่ละพืชเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง จากข้อสรุปดังกล่าวเมื่อทำการสัมภาษณ์ประเด็นทางด้านการจัดการองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย โดยในกระบวนการจัดการองค์ความรู้ที่หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด ซึ่งในกระบวนการจัดการความรู้มี 7 กิจกรรม ดังนี้ 1) การบ่งชี้ความรู้ คือ การระบุประเด็นความรู้ รูปแบบ และผู้รู้ที่สอดคล้องกับนโยบาย ขอบเขตและเป้าหมายขององค์กร 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ คือ การรวบรวมความรู้ใหม่ รักษาความรู้เดิม และกรองความรู้ที่ไม่ใช่ออกจากแหล่งรวบรวม 3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ คือ การวิเคราะห์และคัดแยกความรู้เป็นกลุ่มประเด็นให้ง่ายต่อการเข้าถึงอย่างมีขั้นตอน 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ คือ การปรับปรุงให้ความรู้มีรูปแบบมาตรฐาน ไม่ซ้ำซ้อน มีความสมบูรณ์ มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ 5) การเข้าถึงความรู้ คือ การสร้างแหล่งเผยแพร่ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ คือ การนำความรู้เข้าสู่เวทีแลกเปลี่ยนที่มีฐานความรู้หรือฐานข้อมูลรองรับให้ง่ายต่อการเข้าถึงและสืบค้น 7) การเรียนรู้ คือ การใช้ความรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เป็นวงจรความรู้ที่มีการเรียนรู้และพัฒนาให้เกิดประสบการณ์ใหม่อยู่เสมอ

จากการสัมภาษณ์กระบวนการจัดการองค์ความรู้การดำเนินงานการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย พบว่า ประเด็นทางด้านการบ่งชี้ความรู้ของกลุ่มในการจัดทำผลิตภัณฑ์ขึ้นมา จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องอะไรบ้าง และมีการเลือกทำผลิตภัณฑ์นี้ขึ้นมาด้วยเหตุผลใด พบว่า ในการที่จะจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้นจะต้องเข้าใจถึงเรื่องตลาดก่อนเป็นอันดับหนึ่งซึ่งผลิตแล้วจะต้องขายได้ โดยตลาดที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญคือ ตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยซึ่งจะมีราคาที่แตกต่างกันว่าสินค้าเกษตรทั่วไป ทั้งนี้ในการจัดการผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มจะต้องมีความเข้าใจรูปแบบการบริโภค สิ่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ ตลาดจนรูปแบบการจัดผลิตภัณฑ์ให้มาซื้อ แล้วจึงนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการวางแผนผลิตภายในกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับตลาด มาตรฐานที่ต้องทำ รูปแบบที่ต้องการจัดเรียงสินค้าให้น่าสนใจ อีกทั้งความรู้ทางการเกษตรที่ต้องสอดคล้องกับมาตรฐาน GAP ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานและตลาด โดยทางกลุ่มกล่าวว่า ความรู้ที่มีส่วนใหญ่น่าจะได้จากการสังเกต และการเข้าอบรมกับทางภาครัฐ

ประเด็นทางด้านการสร้างและแสวงหาความรู้ในการบริหารผลิตภัณฑ์ที่ทำอยู่ พบว่า ความรู้ที่จำเป็นต่อการบริหารผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มได้มีการเข้าอบรมกับหน่วยงานราชการเช่น การเข้าร่วมอบรมกับกลุ่มเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ การเข้าอบรมรับความรู้ใหม่ตามคำแนะนำของหน่วยงานราชการ ตลอดจนการเรียนรู้จากหน่วยงานที่เข้ามาตรวจมาตรฐานในการผลิต เพราะสิ่งดังกล่าวเป็นแหล่งความรู้ที่จะช่วยยกระดับการบริหารผลิตภัณฑ์อย่างมากตั้งแต่กฎระเบียบ มาตรการใหม่ๆในการเกษตร มาตรฐานการผลิต กระบวนการผลิตแบบปลอดภัย นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีการบันทึกกรอบการผลิตที่ต้องส่งมอบให้ทันเวลากับตลาด โดยทางกลุ่มจะให้ความสำคัญอย่างมากกับการแสวงหาความรู้ใหม่จากภายนอกเพื่อนำมาประยุกต์ใช้และสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาดเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนในการจัดการด้านการผลิตที่สอดคล้องกับตลาด กฎระเบียบภาครัฐ มาตรฐานที่ต้องใส่ใจควบคุม

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ให้เป็นระบบในการบริหารผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย พบว่า วิธีการจัดการความรู้ให้เป็นระบบของกลุ่มจะมีกระบวนการวางแผนก่อนการผลิตทุกครั้ง โดยนำความต้องการของตลาดมาแล้วจึงนำมาสู่กระบวนการผลิต ซึ่งในกระบวนการจะมีการทบทวนประชุมกันทุกครั้ง และมีการจัดทำเป็นเอกสารเพื่อรับทราบถึงการดำเนินงานการผลิตที่นำไปสู่การแบ่งโครงสร้างในการทำงานอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดปัญหาการสูญเสียในการผลิต เพราะทุกครั้งเมื่อมีการประชุมวางแผนงานเสร็จจะมีการอบรมทบทวนเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีความพร้อมในการผลิตสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยจากการประชุมจะช่วยในการคัดแยกผู้ผลิตได้เบื้องต้นที่จะยอมรับเงื่อนไขในการทำงาน ตลอดจนการมีระบบตัวอย่างโดยผู้นำกลุ่มได้ให้ผู้ที่สนใจหรือสมาชิกได้เรียนรู้ก่อนเริ่มการผลิตจริง นอกจากนี้ในการจัดการความรู้ให้เป็นระบบทางกลุ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ทางด้านการผลิตที่ต้องมีมาตรฐานเหมือนกันทุกคนที่เข้าร่วม เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาใช้ร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังทำการบันทึกการเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์ว่าสินค้าตัวไหนที่ขายดี ขายไม่ดี และหาทางแปรรูปเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มเช่น ผักที่เหลือนำมาหมักทำปุ๋ยแล้วกลับไปใช้ในสวน นอกจากนี้วิธีการกำจัดความรู้เก่าที่ไม่จำเป็นต่อการผลิตสินค้าเพื่อเป็นการลดขั้นตอนการผลิตสินค้าพบว่า จะใช้วิธีการจดบันทึกเกี่ยวกับสินค้าที่ตลาดไม่นิยมซื้อบริโภคก็จะลดการผลิตสินค้าตัวนั้นออกไป

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ที่เกี่ยวกับการประมวลและกลั่นกรองความรู้ของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย พบว่า ในด้านของการปรับปรุงระบบเอกสารที่เกี่ยวกับความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความทันสมัยใหม่ทางกลุ่มมีวิธีการนำข้อมูลความต้องการของตลาดมาทำการวางแผนผลิตแล้วนำมาใช้ในการจัดระบบการเพาะปลูกโดยจะมีการแจ้งภายในกลุ่มก่อนว่าควรปลูกพืชชนิดไหนที่สอดคล้องกับตลาดเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายในการเพาะปลูก ตลอดจนเป็นการป้องกันไม่ให้มีสินค้าชนกันและล้นตลาด นอกจากนี้ได้มีการเข้าอบรมเพิ่มเติมสำหรับการนำระบบใหม่ๆเข้ามาใช้ในการบริหารกลุ่มจากทางหน่วยงานราชการ

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ที่เกี่ยวกับการเข้าถึงความรู้ จากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบและวิธีการให้คนในกลุ่มสามารถเข้าถึงความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีแจกเอกสารและทำควบคู่กับทางหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมเพื่อให้ทุกคนเข้ามาเรียนรู้พร้อมกันซึ่งจะทำให้กลุ่มมีความเข้าใจและสามารถช่วยกันแก้ปัญหาได้เบื้องต้นพร้อมกัน

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ที่เกี่ยวกับการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบว่า ทางกลุ่มจะมีการสอนและลงมือทำหน้างานเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์และการตัดสินใจไปพร้อมกัน เช่น การแต่งผักวางหน้าร้าน การจัดแผงให้น้ำซื้อ การบรรจุแพ็คเกจที่มีมาตรฐานเหมือนห้าง ซึ่งหลังจากที่ได้ฝึกงานจริงก็จะมีการมาสรุปงานกันในกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนประเด็นปัญหาที่เจอหรือวิธีการที่จะทำให้ขายของได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ส่วนประสมการตลาดทางด้านราคา** หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ (เอ็ดเซลวอลส์เกอร์; และ สแตนตัน, 2001, หน้า 7) หรือหมายถึง คุณค่า ผลิตภัณฑ์ ในรูป ตัวเอง ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภค จะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ จากการสัมภาษณ์พบว่า การตั้งราคาสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตภัณฑ์ปลอดภัย พบว่า การกำหนดราคาแต่ละผลิตภัณฑ์ใช้วิธีการเทียบราคาจากสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด แล้วพิจารณากับต้นทุนการผลิตว่าคุ้มค่าในการขาย เพราะเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะเป็นสินค้าเกษตรแบบปลอดภัยซึ่งราคาขายจะแตกต่างกับสินค้าพืชผักทั่วไปแบบเคมี ดังนั้นทางกลุ่มจึงใช้วิธีการดูราคาตลาดก่อนเพื่อเป็นฐานในการกำหนดราคาเบื้องต้นพร้อมกับพิจารณาต้นทุนการผลิตควบคู่

ส่วนประเด็นทางด้านราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่ง จากการสัมภาษณ์พบว่า เมื่อเปรียบเทียบราคาของสินค้าชนิดเดียวกันจะมีราคาแตกต่างกันโดยของทางกลุ่มผู้สูงอายุผลิตภัณฑ์ปลอดภัยจะมีราคาสูงกว่าเนื่องจากเนื่องวิธีการผลิตของกลุ่มจะเน้นการผลิตแบบปลอดภัยทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าจึงส่งผลให้ราคาขายสูงกว่าสินค้าทั่วไปแบบเคมี ดังนั้นทางกลุ่มได้มุ่งเน้นตลาดสินค้าแบบปลอดภัยจึงมีความแตกต่างจากสินค้าเกษตรทั่วไป นอกจากนี้ประเด็นทางด้านปัจจัยเสี่ยงที่จะทำให้ราคาสินค้าที่ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ คือ ต้นทุนด้านปัจจัยการผลิตที่ในบางครั้งขาดตลาดเนื่องวัสดุที่ใช้ประเภทชีวภาพมีราคาที่สูง ขาดตลาด ในบางครั้งจึงต้องไปซื้อที่อื่นมาใช้แทนก่อนเบื้องต้นจึงทำให้ไม่สามารถควบคุมต้นทุนตรงจุดนี้ได้ ส่วนประเด็นทางด้านราคาผลิตภัณฑ์เป็นที่จูงใจกว่าคู่แข่ง จากการสัมภาษณ์พบว่า ทางกลุ่มได้มุ่งเน้นตลาดเฉพาะที่ผู้บริโภคขอความปลอดภัยในการบริโภคอาหารเรื่องจึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญสำหรับการแข่งขันในตลาด เพราะ สินค้าที่กลุ่มผลิตจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมาตรฐานความปลอดภัยรับรอง โดยถูกต้องตามระบบ GAP อีกทั้งในการขายนั้นทางกลุ่มได้มีการรวมเครือข่ายการผลิตสินค้าปลอดภัยและมีข้อตกลงในการกำหนดราคาร่วมกันให้เป็นมาตรฐานราคาเดียวกันจึงลดภาวะการแข่งขันในการตัดราคากัน ส่วนประเด็นมุมมองทางการปรับราคาของสินค้าที่สูงขึ้นในอนาคต พบว่า มีผลกระทบไม่มากเนื่องจากส่วนใหญ่จะผลิตปัจจัยการผลิตใช้กันเองภายในกลุ่มจึงสามารถควบคุมต้นทุนได้ง่ายจึงมีผลกระทบไม่มาก ซึ่งประเด็นที่จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนจะเกี่ยวกับวัตถุดิบชีวภาพขาดตลาดในบางช่วง นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์มุมมองในการยกระดับสินค้าให้มีราคาสูงขึ้น พบว่า ทางกลุ่มมีแนวคิดในการยกระดับมาตรฐานของสินค้าให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสินค้าที่ขายอยู่ในห้างสรรพสินค้า ส่วนทางด้านวิธีการชำระเงินทางกลุ่มใช้วิธีการชำระแบบเงินสด นอกจากนี้ทางด้านปัญหาและแนวทางในการแก้ไข พบว่า ทางกลุ่มไม่มีปัญหาทางด้านราคาเพราะเป็นสินค้าที่ไม่ใช่เหมือนพืชผักทั่วไปและกลุ่มผู้บริโภคจะทราบดีเกี่ยวกับพืชผักทั่วไปกับพืชผักแบบปลอดภัย ปัญหาที่เกิดขึ้นกับทางกลุ่มจะเป็น

ด้านต้นทุนขนส่งมากกว่าทางกลุ่มใช้วิธีการแก้ปัญหาโดยจัดการนำมาขายเองเพื่อควบคุมต้นทุนเหล่านี้จากพ่อค้าคนกลาง

จากการสัมภาษณ์ประเด็นการดำเนินงานการตลาดทางด้านราคา สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการด้านราคาของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาสินค้าโดยวิธีการเปรียบเทียบราคาในตลาดก่อนเพื่อให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ตลอดจนการแสดงความแตกต่างให้ผู้บริโภคเห็นของตัวสินค้า อีกทั้งทำการควบคุมต้นทุนด้วยวิธีการควบคุมการดำเนินงานเองทั้งหมด จากข้อสรุปดังกล่าวเมื่อทำการสัมภาษณ์ประเด็นทางด้านการจัดการองค์ความรู้ด้านราคาของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย

จากการสัมภาษณ์กระบวนการจัดการองค์ความรู้การดำเนินงานการตลาดทางด้านราคาของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย พบว่า ประเด็นทางด้านการบ่งชี้ความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านราคา มีรูปแบบวิธีการเก็บข้อมูลในการจัดการด้านราคาของสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุจะมีการจัดทำเอกสารบันทึกทุกครั้งโดยในการที่จะกำหนดราคาของกลุ่มจะมีการนำข้อมูลของสินค้าเกษตรที่มีอยู่ในตลาดมาทำการเปรียบเทียบให้เห็นถึงความคุ้มค่าและปริมาณความต้องการซื้อ ตลอดจนราคาขายของสินค้าแต่ละประเภทในตลาด และนำมาเปรียบเทียบกับต้นทุนที่มีการบันทึกเอาไว้ในการทดลองปลูกก่อนจากทางหัวหน้ากลุ่ม ซึ่งถ้าทำแล้วคุ้มค่าก็จะทำเอกสารแล้วเรียกประชุมกลุ่มเพื่อตรวจสอบความสนใจสมาชิกว่าใครจะทำบ้าง จากการสัมภาษณ์ข้างต้นสะท้อนได้ว่าวิธีการตั้งราคาของทางกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย โดยการพิจารณาจากราคาตลาด ต้นทุนที่มีการทดลอง ราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ส่วนในด้านการพัฒนาราคาให้จูงใจกับตลาดนั้นมาจากวิธีการพิจารณาปัจจัยดังกล่าวข้างต้นที่นำมาประกอบให้สามารถวางตำแหน่งของสินค้าและราคาที่สุดคล้องกัน

ประเด็นทางด้านการสร้างและแสวงหาความรู้เพื่อการจัดการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้ามีบ้างเนื่องจากปัจจัยการผลิตบางอย่างก็มีการซื้อใช้จากภายนอก และบางส่วนก็สามารถผลิตเองได้ ทางกลุ่มมีลักษณะเป็นกลุ่มปิดแบบพึ่งพาตัวเองทำให้สามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะทางกลุ่มมีวิธีการสร้างและแสวงหาความรู้แล้วนำมาปฏิบัติ พร้อมทั้งมีการกระจายองค์ความรู้ภายในกลุ่ม ทั้งนี้พื้นฐานการดำเนินงานกลุ่มที่สำคัญที่จะช่วยกลุ่มเข้มแข็งคือ การจัดทำบัญชีและระบบการบันทึกในทุกกิจกรรมที่จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถปรับตัวได้ทันกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งกิจกรรมนี้ภายในกลุ่มจะมีการสอนและอบรมกัน ตลอดจนมีการติดตามสมาชิกภายในกลุ่มโดยมีการส่งบันทึกรายงานมาทางส่วนกลางเพื่อให้เห็นถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสมาชิก องค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการกำหนดราคาทางกลุ่มได้กล่าวว่า มาตรฐานต่างๆที่เกิดขึ้นนั้นคือตัวกำหนดกิจกรรมการทำงานที่มีขั้นตอน สิ่งนี้เป็นตัวบอกถึงต้นทุนเบื้องต้นเฉพาะภายในเรื่องการผลิต และก็มีกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้า การจัดการสินค้าที่เหลือ การบริหารด้านการกระจายสินค้าให้ทันเวลา ทางกลุ่มยังต้องมีการพัฒนาอีกมาก ทั้งนี้ในการหาความรู้เหล่านี้จะได้จากการฝึกอบรมกับทางหน่วยงานราชการที่เข้ามาสนับสนุน

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ให้เป็นระบบเพื่อการจัดการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบและกระบวนการ ในการจัดเก็บข้อมูลทางด้านต้นทุนของผลิตภัณฑ์จะมีวิธีการ

แบ่งกลุ่มผลิตให้ชัดเจนและแบ่งตามการจัดสรรโควตาในการผลิตซึ่งจะทำให้เห็นโครงสร้างของแต่ละตัวสินค้าที่จะนำมาสู่การควบคุมต้นทุนได้ง่าย เพราะในการทำสินค้าแต่ละตัวจะต้องมีการส่งรายละเอียดที่ผู้ผลิตต้องทำการบันทึกส่งจะเห็นถึงความแตกต่างของสมาชิกแต่ละคน จากจุดนี้จะช่วยให้กลุ่มสามารถจัดข้อมูลได้อย่างเป็นระบบสะท้อนให้เห็นถึงกำไรขาดทุนได้ล่วงหน้า โดยทางหัวหน้ากลุ่มกล่าวว่า สินค้าตัวไหนมีกำไรหรือปริมาณการจัดซื้อ มากก็จะนำมาทดลองในแปลงก่อนแล้วค่อยทำการพัฒนากระจายองค์ความรู้ให้กับสมาชิกก็จะทำให้ทุกคนเข้าใจถึงวิธีการเพาะปลูกและความคุ้มค่า และพัฒนาลงแปลงตามรอบฤดูกาลผลิต วิธีการนี้ทางกลุ่มได้กล่าวว่า เป็นวิธีที่จะช่วยให้สามารถพัฒนาระบบการผลิตได้ดี ควบคุมความเสี่ยงก่อนล่วงหน้าทำให้ต้นทุนไม่จมหรือเกิดการลงทุนสูญเปล่า นอกจากนี้ทางกลุ่มได้พัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตสินค้าในขั้นตอนการผลิตต่างๆ ซึ่งมีการทำข้อมูลเรื่องกำหนดราคาใช้วิธีการราคาตลาดนำแล้วมาดูต้นทุนที่สามารถควบคุมได้แล้วเรียกสมาชิกมาประชุมเพื่อรับทราบเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้มีการจัดทำ

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ด้านการประมวลและกลั่นกรองความรู้เพื่อการจัดการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์พบว่า ทางกลุ่มมีการจัดทำเอกสารเรียบร้อย มีการบันทึกตามหน่วยงานราชการที่มาให้ความรู้และฝึกอบรม และมีการปรับปรุงเนื้อหาคู่มือในการดำเนินงานที่มีความทันสมัยต่อสถานการณ์ต่อการนำไปใช้และสามารถถ่ายทอดสู่บุคคลในกลุ่มโดยจะมีข้อมูลที่บันทึกการขายทุกวันแล้วนำมาสรุปให้ทางกลุ่มทราบ แต่ในปัจจุบันทางกลุ่มยังขาดความชำนาญทางด้านการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาประยุกต์ใช้ยังขาดบุคลากรที่จะเข้ามาดำเนินการ

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ด้านการเข้าถึงความรู้เพื่อการจัดการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบและวิธีการที่ผู้คนในกลุ่มสามารถเข้าถึงความรู้ด้านการกำหนดราคาในรูปแบบเอกสารที่มีการบันทึกจากการออกตลาดเพื่อให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวในการขายและกำไรที่เกิดขึ้น โดยจะนำมาใช้ในการวางแผนการผลิตเพื่อส่งตลาด จากการวิธีการดังกล่าวทำให้สมาชิกทุกคนสามารถดำเนินได้อย่างรวดเร็วเช่นการลดลงของราคาสินค้าก็ทำให้ทุกคนทราบถึงการเปลี่ยนแปลงและหารื้อสร้างการยอมรับในการขายได้

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ด้านการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการจัดการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจุบันมีวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การถ่ายทอดในกลุ่มโดยทุกคนจะได้รับการอบรมพร้อมกันให้ทุกคนได้รู้เท่ากันหมด แลกเปลี่ยนความรู้ตามแต่โอกาส ไม่ทุกเดือน เพราะจะส่งข้อมูลถึงกันตลอดจึงทำให้ทุกคนทราบข้อมูลที่เท่ากัน

**ส่วนประสมการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย จากการสัมภาษณ์พบว่า ช่องทางในการกระจายสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยจะใช้วิธีการไปออกร้านขายเองโดยเอาสินค้าของสมาชิกไปขายจะไม่ใช้ตัวกลาง เนื่องจากส่วนหนึ่งการผลิตมีขีดจำกัดจึงไม่เล่นการช่องทางที่เป็นพ่อค้าคนกลางและห้างสรรพสินค้าซึ่งจะทำให้ระบบการผลิตจะเน้นเป็นเชิงอุตสาหกรรมแบบ

การเกษตรเคมีที่ต้องเร่งรอบการผลิตให้เร็ว ในปัจจุบันทางหน่วยงานเช่น ธกส เข้ามาสนับสนุนพื้นที่ในการขายและบุท เพราะทางกลุ่มมีความพร้อมทางด้านความหลากหลายของตัวสินค้า ทั้งนี้ในการจัดรูปแบบหน้าร้านต่างก็จะมีหน่วยงานเข้ามาสนับสนุนให้คำแนะนำ ฝึกอบรม นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทางการค้าร่วมกับธนาคาร ธกส และเกษตรจังหวัดสุโขทัย นอกจากนี้ปัญหาและแนวทางในการแก้ไขในด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายของทางกลุ่มจะเน้นการบริหารเองทั้งหมดเพื่อลดปัญหาในการขาย จากการสัมภาษณ์ประเด็นการดำเนินงานการตลาดทางด้านช่องทางการกระจายสินค้า สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการด้านช่องทางการกระจายสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยโดยเน้นการจัดการในด้านการขายเองและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานราชการเพิ่มเสริมในการพัฒนาช่องทางการขายซึ่งจะทำให้สามารถควบคุมเรื่องราคาและการจัดการสินค้าคงเหลือได้ง่าย จากข้อสรุปดังกล่าวเมื่อทำการสัมภาษณ์ประเด็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้ด้านช่องทางการกระจายสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย

ประเด็นทางด้านการบ่งชี้ความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านช่องทางการกระจายสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบการบ่งชี้ความรู้ในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายทางกลุ่มเน้นการขายเองเพราะการออกไปขายเองจะทำให้สมาชิกทุกคนทราบถึงปัญหาในการขายและการจัดวางสินค้าที่นำไปขาย ซึ่งจะตัดตัวกลางทางการตลาดออก นอกจากนี้ยังทางกลุ่มจะใช้วิธีการออกบูทตามงานต่างๆเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าและรูปแบบแต่ละตลาดในแต่ละสถานที่ซึ่งการจัดรูปแบบร้านในแต่ละงานจะแตกต่างกันออกไป จุดนี้เองเป็นสิ่งที่ให้กลุ่มได้เข้าใจถึงวิธีการบริหารหน้าร้านได้อย่างมืออาชีพในการสร้างกลยุทธ์บริหารหน้าร้านเพื่อดึงดูดลูกค้า

ประเด็นทางด้านการสร้างและแสวงหาความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านช่องทางการกระจายสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจัยที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญเพื่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่หรือตามงานต่างทางกลุ่มให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยเน้นในเรื่องการแสดงถึงมาตรฐาน และรูปแบบในการจัดเรียงสินค้าโดยทางกลุ่มจะมีการออกสำรวจในแต่ละห้างเพื่อนำรูปแบบของแต่ละที่มาปรับใช้ในการดำเนินงานเพื่อสร้างการดึงดูดหน้าร้าน อีกทั้งเข้าฝึกอบรมกับทางหน่วยงานราชการที่มีหลักในการพัฒนาให้กับทางกลุ่ม

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ให้เป็นระบบของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านช่องทางการกระจายสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า วิธีการจัดการข้อมูลของทางกลุ่มจะเป็นระบบเอกสารที่นำมาใช้ในการควบคุมการทำงาน เช่น การเบิกจ่ายสินค้าออกไปจำหน่าย การจดบันทึกยอดขายของสินค้าแต่ละตัวที่มีการออกร้านแต่ละงานแล้วเอามาเปรียบเทียบให้เห็นถึงการจัดร้านในแต่ละที่แล้วนำมาปรับกลยุทธ์ส่วนระบบการขายระหว่างคู่ค้ายังไม่มีการขายให้กับพ่อค้าคนกลาง

ประเด็นทางด้านการประมวลและกลั่นกรองความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านช่องทางการกระจายสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า ทางกลุ่มจะใช้วิธีการเอกสารบันทึกการขายในการควบคุมกิจกรรมแล้วนำมาประกอบการตัดสินใจสำหรับการผลิตและการนำสินค้ามาขายหน้าร้าน ตลอดจนการออกไปศึกษาวิธีการจัดหน้าด้วยการดูตามห้างสรรพสินค้าและเข้าอบรมกับทางหน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุน

ประเด็นทางด้านการเข้าถึงความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านช่องทางในการกระจายสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบและวิธีการให้คนในกลุ่มสามารถเข้าถึงความรู้ด้านการจัดจำหน่ายที่ทางกลุ่มใช้คือการฝึกพนักงานจริงเพื่อให้เรียนรู้และสามารถแก้ไขปัญหาได้ และจะได้ฝึกสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าจากหน้าร้านที่ได้มีการจัดขึ้นซึ่งจะทำให้ผู้ที่มาฝึกเป็นงานเร็วและเข้าใจระบบการทำหน้าร้าน ตลอดจนการจดบันทึกข้อมูลการขายเพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการนำสินค้าวางหน้าร้าน

ประเด็นทางด้านการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านช่องทางในการกระจายสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า มีการนำข้อมูลที่บันทึกมาใช้ประกอบการตัดสินใจเบื้องต้นสำหรับการหาสินค้าขายหน้าร้านจะทำให้ผู้ขายเข้าใจรอบของสินค้า เพราะในปัจจุบันยังมีปัญหาด้านการขายอยู่บ้างในกรณีสินค้าขายไม่หมด ดังนั้นข้อมูลทุกอย่างทางกลุ่มจึงมีการสอนและอบรมให้แก่สมาชิกตลอดในการดำเนินงาน อีกทั้งยังมีการทบทวนอยู่ตลอดเพื่อการวางเพื่อที่นำข้อมูลจากหน้าร้านมาประกอบเพื่อการผลิต

ประเด็นทางด้านการเรียนรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านช่องทางในการกระจายสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า ทางกลุ่มมีการนำข้อมูลที่มีอยู่มาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนาในช่องทางการจัดจำหน่าย และเพื่อใช้แก้ไขปัญหาอุปสรรค หรือลดข้อขัดแย้งต่างๆ โดยข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกจะเป็นปัจจัยหลักสำหรับการตัดสินใจที่จะประชุมกับสมาชิกเพื่อการส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้ารองรับในการวางขายหน้าร้าน

**ส่วนประสมการตลาดทางด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง กระบวนการทางด้านการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อเป็นการให้ข้อมูล ชักจูงใจ หรือตอกย้ำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตรายี่ห้อ รวมทั้งเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึก และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นการประสานงานของผู้ขายในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแจ้งข้อมูลและจูงใจ เพื่อขายสินค้าและบริการหรือส่งเสริมความคิด การส่งเสริมการตลาดถือเป็นหน้าที่หนึ่งของการตลาด เพื่อการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมาย โดยข่าวสารอาจจะเป็นข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา หรือคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายก็ได้ จากการสัมภาษณ์พบว่า การส่งเสริมการตลาดที่ทางกลุ่มได้ดำเนินการจะเป็นเกี่ยวกับการนำมาตรฐานสินค้าที่ได้รับมาแสดงในส่วนของหน้าร้านและบนตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งพนักงานขายก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการมาตรฐานแบบปลอดภัยเพื่อจะได้สามารถอธิบายให้กับลูกค้าได้ที่จะนำไปสู่ความมั่นใจต่อตัวสินค้า และมีโปรโมชั่นการส่งเสริมการขายเพื่อเป็นการกระตุ้นให้มียอดขายมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ซื้อ 3 ถูจ ราคา 50 บาท หรือถ้าซื้อเยอะใช้วิธีแถมหนึ่งถูจ นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียทางไลน์และเฟสบุ๊ค และยังได้รับการสนับสนุนจากสถานีวิทยุสโซทัย ซึ่งจากวิธีการดังกล่าวทางกลุ่มสามารถสร้างรูปแบบการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการสัมภาษณ์ประเด็นการดำเนินงานการตลาดทางด้านการส่งเสริมการตลาดสะท้อนให้เห็นว่า การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยสร้างเครื่องทางการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยบูรณาการวิธีการได้ครบทุกด้านตั้งแต่การโฆษณาที่มีการสื่อสารผ่าน

โซเซียลมีเดีย การขายโดยใช้พนักงานที่ต้องมีความรู้ในกระบวนการเพาะปลูกอย่างปลอดภัยเพื่ออธิบายลูกค้า มีการให้ส่วนลด แจกแถม จากข้อสรุปดังกล่าวเมื่อทำการสัมภาษณ์ประเด็นทางด้านการจัดการองค์ความรู้ด้านการจัดการการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัย

ประเด็นทางด้านการบ่งชี้ความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า ความรู้เรื่องการส่งเสริมการตลาดที่มีอยู่ส่วนใหญ่ทางกลุ่มใช้วิธีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีหน่วยงานมาสนับสนุน ซึ่งเอาแนวคิดของตัวเองและสังเกตจากพฤติกรรมการซื้อของลูกค้ามาประยุกต์ใช้สิ่งนี้จะเป็นตัวช่วยให้สินค้าขายดีและดีดตลาดโดยจะนำมาใช้สร้างแรงจูงใจต่อลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการสอนเทคนิคการขายหน้าร้านให้กับสมาชิกจะเป็นการฝึกให้รู้จักลูกค้าเป็นอย่างดี

ประเด็นทางด้านการสร้างและแสวงหาความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัจจัยที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญในการกำหนดวิธีการส่งเสริมการตลาดคือ พฤติกรรมของลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่จะเป็นตัวชี้ขึ้นถึงการแก้ไขปัญหาหน้าร้าน รองลงมาคือ การเข้าใจถึงกระบวนการผลิตแบบปลอดภัยที่จะใช้ในการสื่อสารโต้ตอบกับลูกค้า ตลอดจนการสะท้อนถึงมาตรฐานการผลิตในตราสินค้า ทั้งนี้ในการสร้างและแสวงหาความรู้ของทางกลุ่มยังได้รับการฝึกอบรมจากทางหน่วยงานราชการจะนำมาสอนพนักงานเลย บอกเขาเรื่องบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดที่จัดรูปแบบให้ดูสวยงามกินแบบมีมาตรฐานเหมือนในห้าง ดังนั้นวิธีการพิจารณาการส่งเสริมการตลาดที่มีประโยชน์และไม่มีประโยชน์ใช้วิธีการเทียบเคียงกับผู้แข่งขันที่ดีมีคุณภาพและนำมาประยุกต์ใช้ ส่วนรูปแบบการตลาดใดที่ไม่ค่อยมีประโยชน์ จะทำการเทียบเคียงเพื่อลดตัวนั้นออกไป

ประเด็นทางด้านการจัดความรู้ให้เป็นระบบของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า วิธีการจัดการข้อมูลของทางกลุ่มจะเป็นระบบเอกสารที่นำมาใช้ในการควบคุมการทำงานและตัวพนักงานที่ต้องมีการสังเกตและทำการปรับเปลี่ยนการส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการสังเกตจากการสอบถามจากลูกค้าถึงกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เคยจัดไปแล้วแล้วลูกค้ามาสอบถาม โดยทางกลุ่มสะท้อนให้เห็นว่านั่นคือโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมในการทำตลาดของสินค้า ซึ่งวิธีการนี้จะช่วยให้สามารถคัดเลือกกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดได้อย่างดี

ประเด็นทางด้านการประมวลและกลั่นกรองความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า ทางกลุ่มจะใช้วิธีการเอกสารบันทึกการขายในการควบคุมกิจกรรมแล้วนำมาประกอบการตัดสินใจสำหรับการกำหนดรูปแบบของการส่งเสริมการตลาดโดยดูจากยอดขายที่มีการดำเนินงานในแต่ละรูปแบบว่ากิจกรรมแบบไหนมีผลต่อยอดขายสูง

ประเด็นทางด้านการเข้าถึงความรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า รูปแบบและวิธีการให้คนในกลุ่มสามารถเข้าถึงความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาดคือการฝึกหน้าร้านขายแล้วให้สังเกตการณ์ซื้อของลูกค้าว่าชอบแบบไหน เช่น การแถม การให้ส่วนลด การให้ราคาพิเศษเมื่อซื้อจำนวนที่กำหนด ดังนั้นวิธีการถ่ายทอดความรู้ของทางกลุ่มจะเป็นแบบพนักงานโดยส่วนใหญ่แล้วเวลาประชุมก็จะเอาข้อมูลยอดขายมาประกอบรวมกับการตัดสินใจในการกำหนดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด



ประเด็นทางด้านการแข่งขันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า มีการนำข้อมูลและประสบการณ์จากการขายหน้าร้านมาแลกเปลี่ยนกันในที่ประชุมเพื่อสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละวิธีการส่งเสริมการตลาด ประกอบกับข้อมูลของคู่แข่งหรือข้อมูลจากการสำรวจตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะช่วยให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกคนอื่นได้เข้าใจถึงวิธีการส่งเสริมการตลาดและสามารถแก้ไขปัญหาในการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นทางด้านการเรียนรู้ของกลุ่มในการจัดการข้อมูลทางด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสัมภาษณ์พบว่า ทางกลุ่มมีการนำข้อมูลที่มีอยู่มาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนาความรู้ของสมาชิกโดยการถ่ายทอดประสบการณ์และวิธีการในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด ทำให้สมาชิกทุกคนเวลาเปลี่ยนหน้าที่ในการไปออกหน้าร้านก็จะช่วยให้สามารถดำเนินการเองได้หมดทุกเรื่องในการตัดสินใจลงมือทำ

**ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมด้านการกระบวนการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนผู้สูงอายุเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ตำบลปากแคว จังหวัดสุโขทัย**  
จากการผลการสัมภาษณ์ข้างต้นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้ด้านการตลาดของกลุ่มผู้สูงอายุผลิตผักปลอดภัยในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการ พบว่า

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาการจัดการองค์ความรู้ในด้านแหล่งกำเนิดสินค้าให้ชัดเจน ซึ่งจากผลวิจัยพบว่า ทางกลุ่มมีการจัดทำบันทึกข้อมูลในเรื่องการขายและนำมาใช้เพื่อการวางแผนการผลิต ดังนั้นในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นยังขาดเรื่องราวสินค้าที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของกลุ่มโดยที่ตราสินค้าในปัจจุบันใช้ชื่อกลุ่มผู้ผลิต โดยที่ผู้นำกลุ่มเองต้องการที่จะพัฒนาตราสินค้าที่จะทำให้ผู้บริโภคจดจำแต่ยังขาดองค์ความรู้ในด้านนี้ ซึ่งทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยในการพัฒนา โดยนโยบายส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ควรจัดเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าคือ นโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาตราสินค้าที่มีความเฉพาะเจาะจงและสะท้อนถึงแหล่งที่มาของสินค้าในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าของตัวสินค้าที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งการส่งเสริมในเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้าแบบปลอดภัย ตลอดจนนโยบายทางการด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และควรเสริมในเรื่องการตรวจสอบสินค้าอย่างมีมาตรฐาน นอกจากนี้ นโยบายในการจูงใจสมาชิกกลุ่มให้เห็นคุณค่าในการรักษามาตรฐานสินค้าและการพัฒนากระบวนการผลิตที่ลดการสูญเสีย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาควรพัฒนาองค์ความรู้ในการจัดทำต้นทุนทั้งระบบห่วงโซ่เนื่องจากทางกลุ่มยังขาดการคำนวณต้นทุนค่าขนส่งและค่าแรงที่ยังเป็นปัจจัยแฝงในการกำหนดราคาและทำการพัฒนาระบบการจัดเก็บรายละเอียดสินค้าและวิธีการเพาะปลูกเพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนในการขายได้อย่างถูกต้องโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอบรมด้านการนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการบริหารงานโดยการบันทึกต้นทุนในแต่ละกิจกรรมที่จะช่วยให้เกิดความสะดวกในการนำข้อมูลมาใช้ในการ

ตัดสินใจอย่างอย่างรวดเร็วและแม่นยำ อีกทั้งควรจัดทำนโยบายด้านฐานข้อมูลปริมาณการผลิตที่จะช่วยในการบ่งชี้ถึงรอบฤดูกาลผลิตเพื่อให้ทางกลุ่มสามารถจัดสรรงานได้อย่างแม่นยำและสามารถเตรียมการผลิตได้ล่วงหน้าเพื่อรองรับความต้องการของตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการส่งเสริมการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ตลอดจนการนโยบายการส่งเสริมการสร้างพันธมิตรการจำหน่ายสินค้าเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและเชื่อมตลาดรวมกัน เนื่องจากปัจจุบันทางกลุ่มจะเป็นผู้จัดจำหน่ายเองโดยตรงไม่มีพ่อค้าคนกลาง

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดควรพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการอบรมการขายเพื่อให้เกิดความชำนาญและมีทักษะในการแก้ปัญหาได้ และควรส่งเสริมการพัฒนาศูนย์กลางการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการตลาดเพื่อรองรับการขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานหรือจัดทำนโยบายการพัฒนาความเป็นเลิศด้านการตลาดให้กับหัวหน้ากลุ่มเพื่อสร้างผู้นำต้นแบบในการบริหารงานด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดในกลุ่มได้เป็นอย่างดี