

รายงานการวิจัย

รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุตรดิตถ์
โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์และองค์กรท้องถิ่น

อิราวัฒน์ ชมระกา และคณะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

รายงานการวิจัย

รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุตรดิตถ์
โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์และองค์กรท้องถิ่น

อิรวัดน์	ชมระกา
ปิยวรรณ	ปาลาศ
ชญ์ญ์กมล	ทองตีมา
จิรวัดย์	จันทร์ศรีงาม
นพดล	คำเสาร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2551

ชื่อเรื่องวิจัย รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์และองค์กรท้องถิ่น

ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวาวัฒน์ ชมระกา
อาจารย์ปิยวรรณ ปาลาศ
อาจารย์รัชฎ์กมน ทองศิมา
นางสาวจิรวัดย์ จันทร์ศรีงาม
นายนพดล คำเสาร์

บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และองค์กรท้องถิ่นจังหวัดอุดรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการตลาด สภาพปัญหา การประสานงานความร่วมมือในการรวมกลุ่มกันดำเนินธุรกิจระหว่างประชาชนด้วยกันเอง ผู้ร่วมค้า และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์ และเพื่อแสวงหารูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์และองค์กรท้องถิ่นที่เหมาะสม เพื่อเป็นรากฐานองค์ความรู้ พร้อมที่จะนำไปทำให้สภาพวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เข้มแข็งและยั่งยืนได้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 8 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ผลิตประเภทอาหาร 2 กลุ่ม ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย 3 กลุ่ม กลุ่มผู้ผลิตประเภทของใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1 กลุ่ม และผู้ผลิตประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยการจัดข้อมูลเป็นระบบแยกแยะจัดกลุ่มประเภทของข้อมูล และเรียบเรียงเป็นข้อมูลบรรยายเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประสานความร่วมมือระหว่างกลุ่มเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้ารวมไปถึงนายหน้า ตัวแทนจำหน่ายอย่างทั่วถึงและครอบคลุมทั้งในภาคเหนือ และภาคต่าง ๆ ของประเทศ นอกจากนี้ยังมีการประสานความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน

ทางราชการที่เกี่ยวข้อง รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชนเป็นอย่างดี ทั้งนี้รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นไปในลักษณะของการประสานความร่วมมือทางการตลาด การจัดแสดงสินค้า การออกร้านจำหน่ายสินค้า รวมไปถึงการแจ้งข่าวสารทางการตลาดให้กับกลุ่มเครือข่ายได้ทราบอย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐและภาคีที่เกี่ยวข้องควรให้การส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการรวมกันเป็นเครือข่ายในระยะแรกเริ่ม แต่ไม่ควรเข้าดำเนินการในกระบวนการจัดกิจกรรมทั้งหมด แสดงบทบาทเป็นผู้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมบางส่วนเท่านั้น รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดฯ จะยั่งยืนควรมีการประสานความร่วมมือกับกลุ่ม เครือข่ายและหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ผู้นำกลุ่มหรือแกนนำจะต้องเป็นผู้ที่เสียสละ มีความผู้นำ มีความอดทน และมีการนำเอาหลักธรรมาภิบาลเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการเครือข่ายด้วย

Abstract

The purposes of this research were to (1) study the market, problems and the business groupings cooperation between people, joint operators and government offices that are related to the local products groups in Uttaradit province and (2) find the appropriate scheme of Uttaradit local products marketing network management by the cooperation between Uttaradit Rajabhat University and the local organizations in order to be the knowledge basis which can be used to improve people's ways of lives and improve the communities to be strong and sustainable.

This research is a Participatory Action Research (PAR) of 8 local products manufacturers and sellers groups which consist of 2 groups of food manufacturers, 3 groups of clothes and outfits makers, a group of wares, decorative accessories and jewelry manufacturers, and 2 groups of herbal products manufacturers. The data collected was grouped and compiled in a descriptive form.

The results reveal that the sample group has a very good cooperation with the networks, the shops and the agents in the area of the north and also in the other parts of the country and also with related government offices, government enterprises and private organizations. The scheme of Uttaradit local products marketing network management are in forms of marketing cooperation, products displays, products booths and informing the network groups marketing information thoroughly.

The suggestions for the government and related associations are they should support the groups at the beginning of the network set-up but should not rule all the processes, the marketing network management scheme will be sustained if there is a cooperation of the groups, the networks and any related organizations, and the groups' leaders must be dedicate, patient, have sense of leadership and use the principal of good governance in the network management.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาคั้งนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากงบประมาณแผ่นดินประจำปีงบประมาณ 2551 ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ที่ได้ให้โอกาสแก่คณะผู้วิจัย ขอขอบคุณท่านอธิการบดี รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัย ตลอดจนคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ทุกท่านที่ให้การส่งเสริมสนับสนุน คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และที่มีส่วนร่วมจัดทำงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณภาคีที่เกี่ยวข้อง พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด เกษตรจังหวัด ศึกษานำเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทุกกลุ่มที่ร่วมวิจัย นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้อ้างอิงไว้ในบรรณานุกรมทุกท่าน ที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงผลงานของท่านสำหรับการศึกษาค้นคว้าวิจัย และท่านอื่น ๆ ที่ได้กล่าวถึงมา ณ ที่นี้ ซึ่งคณะผู้วิจัยมีความซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ หากมีข้อผิดพลาดข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยยินดีน้อมรับคำวิจารณ์ ข้อเสนอแนะจากทุกท่านด้วยความเต็มใจยิ่งและขอน้อมรับผิดไว้แต่เพียงผู้เดียวพร้อมที่จะนำไปปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นในโอกาสเผยแพร่ และการวิจัยในครั้งต่อไป

อิราวัฒน์ ชมระกา และคณะ

สารบัญ

บทที่	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	-1-
บทคัดย่อ	-2-
Abstract	-4-
สารบัญภาพ	-8-
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามในการวิจัย	5
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	6
ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดเครือข่าย	10
แนวคิดเกี่ยวกับ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	20
แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	34
รูปแบบการจัดการค้าปลีกในตลาด	40
การตลาดทางตรง โดยอิเล็กทรอนิกส์	53
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	71

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	77
แหล่งที่มาของข้อมูล	77
ขอบเขตการวิจัย	77
การเก็บรวบรวมข้อมูล	79
การวิเคราะห์ผลการวิจัย	80
4 ผลการศึกษาวิจัย	81
สถานภาพศักยภาพ และสภาพการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัด อุดรดิตถ์	81
สภาพปัญหาและการประสานความร่วมมือของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดอุดรดิตถ์	109
รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดอุดรดิตถ์โดยความ ร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์และองค์กรส่วนท้องถิ่น	114
รูปแบบเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยความ ร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์และองค์กรส่วนท้องถิ่น	121
รูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์	121
ผลการทดลองใช้รูปแบบเครือข่ายการตลาด	122
ช่องทางการจัดจำหน่าย ของกลุ่มเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และองค์กรส่วนท้องถิ่น	125
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	128
สรุปผล	129
อภิปรายผล	140
ข้อเสนอแนะ	143

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
เอกสารอ้างอิง	144
ภาคผนวก	149
ประวัติผู้วิจัย	178

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	8
2 แสดงเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชน	39
3 แสดงส่วนผสมทางการตลาด	49
4 แสดง 4 P's and 4 C's of Marketing	49
5 แสดงการแบ่งกลุ่มของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	57
6 แสดงขั้นตอนการจัดทำการตลาดทางอิเล็กทรอนิกส์	62
7 แสดงเยี่ยมชมกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านน้ำริด	82
8 แสดงอุปกรณ์ในการทอผ้า	83
9 แสดงการแนะนำลายผ้า และการตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป	83
10 แสดงภาพผ้าทอลายสาม	85
11 เสื้อผ้าสตรีสำเร็จรูปจากการตัดเย็บด้วยผ้าทอลายสาม	85
12 แสดงภาพผ้าชิ้นคำขี้กดอกกลายสาม และผ้าสไบเล็ก, ผ้าสไบใหญ่	86
13 แสดงผ้าจกลายโบราณ กลุ่มทอผ้าบ้านกกต้อง	87
14 แสดงภาพผ้าจกลายขอ	88
15 แสดงรูปแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปในลักษณะต่าง ๆ ของบ้านกกต้อง	88
16 แสดงภาพผ้าจกลายขอค้างคาว/ผ้าจกทอลายพญานาคและผ้าจกลายดอกจันพญานาค	89
17 แสดงผ้าทอลายน้ําไหลบายศรี/ผ้าจกพื้นเมืองและผ้าลื้อโบราณ	89
18 แสดงผ้าจกไหมลายหงส์เชียงแสน	90
19 แสดงภาพเส้นไหม การทอผ้า และผ้าทอสำเร็จรูป	91
20 แสดงภาพผ้าทอลายหงส์เชียงแสน	92
21 แสดงภาพผ้าคลุมไหล่	92
22 แสดงภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่าทอง ม. 3	93
23 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ต้นไม้มงคลชนิดต่าง ๆ	94
24 แสดงภาพผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนท่าทอง ม.3	95

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
25 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มน้ำ ฝึ้งคุณภาพจเรฟาร์ม	96
26 แสดงกระเช้าผลิตภัณฑ์น้ำ ฝึ้งที่งจำหน่ายในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	98
27 แสดงน้ำ ฝึ้งบรรจุขวดกลุ่มน้ำ ฝึ้งคุณภาพจเรฟาร์ม	98
28 แสดงผลผลิตในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้จากกลุ่มน้ำ ฝึ้งคุณภาพ จเรฟาร์ม	99
29 แสดงเครื่องคั้ผสมนั้พรชนิดต่าง ๆ	100
30 แสดงผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านแหลมคุณกั้วหน้า	101
31 แสดงสายผลิตภัณฑ์ของสมุนไพรอากาศิรี	103
32 แสดงบรรจุภัณฑ์ของเกลือสปา และครึ้มหมั้กผม	104
33 แสดงผลิตภัณฑ์ครึ้มล้างหน้าเซรั้มบั้รุงผมและสบู่เหลวอาบน้ำ ้า	105
34 แสดงสบู่เจลใส สบู่โยบวบ และสบู่รังไ้หม	105
35 แสดงภาพสถานที่ตั้ง บริษัท ไ้หม่อนอินเตอร์เนชันแนล จั้กั้ด	106
36 แสดงการสัมภาษณ์คุณดาวิณี จอมประเสริฐ	107
37 แสดงสายผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ไ้หม่อน ดอทคอม	109
38 แสดงรูปแบบเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน	116
39 แสดงเครือข่ายที่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องการ	122
40 แสดงรูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนจั้หวัดอุตรดิถี	127