

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม หมู่ 5 ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกและกำหนดกิจกรรมเพื่อการพัฒนา

ตอนที่ 2 การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถด้านการตลาดให้กับประชากรกลุ่มอาชีพทอผ้าและผลการติดตามความก้าวหน้าในการจัดกิจกรรม

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาด้านการตลาด ของกลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม หมู่ 5 ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลกและกำหนดกิจกรรมเพื่อการพัฒนา

##### 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

###### 1.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตาราง 1-3

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของอายุสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	3	5.6
21 – 25 ปี	7	13.0
26 – 30 ปี	3	5.6
31 – 35 ปี	8	14.8
36 – 40 ปี	17	31.5
40 ปี ขึ้นไป	16	29.6
รวม	54	100

จากตาราง 1 พบว่า อายุของสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคืออายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.6

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้าที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	3	5.6
มัธยมศึกษาตอนต้น	28	51.9
มัธยมศึกษาตอนปลาย	17	31.5
ปริญญาตรี	5	9.3
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1.9
<b>รวม</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

จากตาราง 2 พบว่า ระดับการศึกษาของสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม ส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือมีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของประสบการณ์ของสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	1	1.9
1 – 3 ปี	6	11.1
4 – 6 ปี	17	31.5
มากกว่า 6 ปี ขึ้นไป	30	55.6
<b>รวม</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

จากตาราง 3 พบว่า ประสบการณ์ในการทอผ้าของสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์มากกว่า 6 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมา คือ ระหว่าง 4 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5

1.2 สภาพปัจจัยและแนวทางการดำเนินงาน ที่มีผลต่อการพัฒนาการตลาด ของกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม ดังตาราง 4

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยและแนวทางที่มีผลต่อการพัฒนาการตลาดของกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม

ปัจจัยและแนวทางที่มีผลต่อการพัฒนาการตลาด	$\mu$	$\sigma$	ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนา
1. การดำเนินงานของกลุ่ม	3.50	1.25	มาก
2. ความร่วมมือภายในกลุ่ม	3.96	0.97	มาก
3. สัดส่วนของสมาชิกที่ร่วมทำกิจกรรมต่อสมาชิกทั้งหมด	3.59	1.01	มาก
4. ความรวดเร็วในการรวมตัว	3.85	1.10	มาก
5. ยอมรับในกฎกติกาของกลุ่ม	3.90	1.03	มาก
6. สมาชิกในกลุ่มรู้หน้าที่และมีความรับผิดชอบ	3.96	0.77	มาก
7. เต็มใจแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน	4.09	0.80	มาก
8. กิจกรรมตอบสนองความต้องการของกลุ่ม	3.85	1.12	มาก
9. ประโยชน์ที่ได้รับจากกลุ่ม	3.09	1.34	ปานกลาง
10. ประโยชน์ที่ได้รับเท่าเทียมกัน	2.94	1.43	ปานกลาง
11. กลุ่มมีความสามารถในการต่อรองราคาผลผลิตกับตลาด	3.37	1.36	ปานกลาง
12. เมื่อมีปัญหากลุ่มร่วมกันแก้ปัญหา	3.12	1.22	ปานกลาง
13. กลุ่มมีความสามารถในการจัดการทรัพยากร	3.33	1.37	ปานกลาง
14. การบริหารจัดการความขัดแย้งในกลุ่ม	3.00	1.31	ปานกลาง
15. การกระจายข้อมูลข่าวสาร	2.29	1.10	น้อย
16. ได้รับการยอมรับเป็นแหล่งศึกษาดูงาน	3.20	1.23	ปานกลาง
17. ดำเนินงานกลุ่มด้วยประชาธิปไตย	3.61	1.23	มาก
18. กลุ่มมีการพัฒนาอาชีพเสมอ	3.74	1.23	มาก
19. กลุ่มช่วยให้สมาชิกมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	3.42	0.98	ปานกลาง
20. กลุ่มวางแผนในการผลิต การตลาด และการจำหน่าย	4.01	0.90	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยและแนวทางที่มีผลต่อการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยสมาชิกจะให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มในระดับมากในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความเต็มใจในการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน ( $\mu = 4.09$ ) การวางแผนในการผลิต การตลาด และการจำหน่าย ( $\mu = 4.01$ ) ความร่วมมือภายในกลุ่ม ( $\mu = 3.96$ ) และมีความรู้และมีความรับผิดชอบ ( $\mu = 3.96$ )

1.3 สถานภาพการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน บ้านม่วงหอม ต่อการพัฒนาการตลาดของกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม ดังตาราง 5 - 24

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของความสามารถในการพัฒนา

ด้านการพัฒนา	จำนวน	ร้อยละ
ด้านรายได้	15	27.8
การมีอาชีพ	9	9.6
การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน	40	55.6
รวม	54	100

จากตาราง 5 พบว่ากลุ่มอาชีพทอผ้าที่จัดตั้งขึ้นสามารถช่วยในการพัฒนาด้านการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือช่วยพัฒนาด้านรายได้ คิดเป็นร้อยละ 27.8

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของจุดประสงค์การเป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้า

จุดประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อแลกเปลี่ยนอาชีพ	14	25.9
เพื่อพัฒนาอาชีพ	15	27.8
เพื่อคุณภาพชีวิต	18	33.3
อื่น ๆ	7	13.0
รวม	54	100

จากตาราง 6 พบว่า จุดประสงค์ของการเป็นสมาชิกกลุ่ม คือ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต รองลงมาคือ เพื่อพัฒนาอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 27.8 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของการเข้าร่วมเป็นสมาชิก

การเข้าร่วมเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เริ่มจัดตั้งกลุ่ม	22	40.7
ภายหลังจัดตั้งกลุ่ม	32	59.3
รวม	54	100

จากตาราง 7 พบว่า การเข้าร่วมเป็นสมาชิก ส่วนใหญ่จะเข้าร่วมตั้งแต่เริ่มจัดตั้งกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 59.3 และที่เหลือเป็นสมาชิกภายหลังจากการจัดตั้งกลุ่ม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40.7

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
1 - 6 ปี	16	29.6
7 - 12 ปี	23	42.6
13 ปี ขึ้นไป	15	27.8
รวม	54	100

จากตาราง 8 พบว่า ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 7 - 12 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาคือ 1-6 ปี และ 13 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ 27.8 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์

การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่	จำนวน	ร้อยละ
จากการแสดงผลผลิตภัณฑ์ในงานต่าง ๆ	48	88.9
จากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่น ๆ	6	11.1
รวม	54	100

จากตาราง 9 พบว่า วิธีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่มาจากการแสดงผลผลิตภัณฑ์ในงานต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 88.9

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของที่มาของผู้ประสานงานกลุ่ม

ที่มาของผู้ประสานงานกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
จากการแต่งตั้ง	3	5.6
การเลือกตั้งจากสมาชิก	51	94.4
รวม	54	100

จากตาราง 10 พบว่า สมาชิกมีความเห็นว่า ผู้ประสานงานกลุ่ม ควรมาจากการเลือกตั้ง โดยคิดเป็นร้อยละ 94.4

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของสมาชิกที่คิดว่าควรมีกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างศักยภาพของชุมชน

มีกลุ่มอื่น ๆ เพื่อสร้างศักยภาพของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ควรมี	53	98.1
ไม่ควรมี	1	1.9
รวม	54	100

จากตาราง 11 พบว่านอกจากการรวมกลุ่มทอผ้าแล้ว สมาชิกส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างศักยภาพของชุมชนอีก คิดเป็น ร้อยละ 98.1

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละการทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกันนอกจากการผลิตผ้าทอ

การทำกิจกรรมอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
บ่อยครั้ง	19	35.2
บางครั้ง	21	38.9
ไม่ทำเลย	14	25.9
รวม	54	100

จากตาราง 12 พบว่าสมาชิกทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกันนอกจากการผลิตผ้าทอ ส่วนใหญ่ทำกิจกรรมร่วมกันเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมา คือทำกิจกรรมร่วมกัน บ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.2 และสมาชิกที่ไม่ทำเลย คิดเป็นร้อยละ 25.9

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของความเต็มใจในการทำกิจกรรมของกลุ่มทอผ้า

ความเต็มใจทำกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เต็มใจ	35	64.8
ไม่เต็มใจ	19	35.2
รวม	54	100

จากตาราง 13 พบว่าในการทำกิจกรรมร่วมกันของสมาชิกกลุ่มทอผ้าส่วนใหญ่เต็มใจทำกิจกรรมร่วมกัน คิดเป็น 64.8 และไม่เต็มใจ คิดเป็นร้อยละ 35.2

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

การปฏิบัติตามกฎระเบียบ	จำนวน	ร้อยละ
ปฏิบัติตามสม่ำเสมอ	33	61.1
ปฏิบัติเป็นบางครั้ง	21	38.9
รวม	54	100

จากตาราง 14 พบว่าการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ตกลงร่วมกันของสมาชิกกลุ่มทอผ้าส่วนใหญ่ปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 61.1 และปฏิบัติเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.9

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์

การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ของสมาชิก	22	40.7
การรวมกลุ่มของสมาชิก	19	35.2
การฝึกฝนอาชีพให้ตนเอง	13	24.1
รวม	54	100

จากตาราง 15 พบว่า การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่คำนึงถึงรายได้ของสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ คำนึงถึงการรวมกลุ่มของสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 35.2 และคำนึงถึงการฝึกฝนอาชีพให้ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 24.1

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของการวางแผนการผลิตโดยใช้ข้อมูลเพื่อการจำหน่าย

ข้อมูลการวางแผน	จำนวน	ร้อยละ
ทรัพยากรท้องถิ่น	21	38.9
ความต้องการของตลาด	16	19.6
จากภูมิปัญญาท้องถิ่น	17	31.5
<b>รวม</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

จากตาราง 16 พบว่าการวางแผนการผลิตเพื่อจำหน่ายส่วนใหญ่ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเป็นข้อมูลในการวางแผน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาใช้ข้อมูลจากภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 31.5 และใช้ข้อมูลความต้องการของตลาด คิดเป็นร้อยละ 19.6

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละของการประเมินผลของผลผลิต

การประเมินผลของผลผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ประเมินทุกครั้ง	26	48.1
ประเมินบางครั้ง	17	31.5
ไม่มีการประเมิน	11	20.4
<b>รวม</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

จากตาราง 17 พบว่าการประเมินผลผลิตแต่ละครั้งส่วนใหญ่ประเมินผลทุกครั้ง โดยคิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ ประเมินเป็นบางครั้ง และไม่มีการประเมิน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ 20.4 ตามลำดับ



ตาราง 18 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลบริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีแหล่งข้อมูลบริการ	38	70.4
ไม่มีแหล่งข้อมูลบริการ	16	29.6
รวม	54	100

จากตาราง 18 พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีแหล่งบริการข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 70.4 และไม่มีแหล่งข้อมูลคิดเป็น ร้อยละ 29.6

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละของการประสานงานกับหน่วยอื่น

การประสานงานกับหน่วยอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ประสานงานกับหน่วยอื่นสม่ำเสมอ	31	57.4
ประสานงานกับหน่วยอื่นบางครั้ง	23	42.6
รวม	54	100

จากตาราง 19 พบว่าการประสานงานกับหน่วยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนทรัพยากรส่วนใหญ่มีการประสานงานอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 57.4 และประสานงานเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.6 ตามลำดับ

ตาราง 20 จำนวนและร้อยละของการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
พัฒนาอาชีพ	15	27.8
ด้านวิชาการ	21	38.9
ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น	18	33.3
รวม	54	100

จากตาราง 20 พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนกับกลุ่มทอผ้า ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมด้านวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ มีส่วนร่วมด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีส่วนร่วมด้านพัฒนาอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 27.8

ตาราง 21 จำนวนและร้อยละของการสร้างเครือข่ายในชุมชน

การสร้างเครือข่ายในชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
การกระจายรายได้	18	33.3
การพัฒนาและฟื้นฟูอาชีพ	26	48.1
อนุรักษ์ภูมิปัญญา	10	18.5
รวม	54	100

จากตาราง 21 พบว่า การสร้างเครือข่ายในชุมชน ส่วนใหญ่ต้องการให้มีลักษณะการพัฒนาและฟื้นฟูอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ การกระจายรายได้ และอนุรักษ์ภูมิปัญญา คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 18.5 ตามลำดับ

ตาราง 22 จำนวนและร้อยละของสภาพสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนา

สภาพสังคมท้องถิ่นที่เอื้อต่อการพัฒนา	จำนวน	ร้อยละ
เอื้อต่อการพัฒนามาก	29	53.7
เอื้อต่อการพัฒนาน้อย	15	46.3
รวม	54	100

จากตาราง 22 พบว่า สภาพสังคมท้องถิ่นส่วนใหญ่เอื้อต่อการพัฒนากลุ่มทอผ้าในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 53.7

ตาราง 23 จำนวนและร้อยละของแหล่งการส่งเสริมผลิตภัณฑ์

แหล่งการส่งเสริมผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
จากองค์กรท้องถิ่น	19	35.8
จากหน่วยงานภาครัฐ	6	11.3
จากกลุ่มสมาชิกด้วยกัน	28	52.8
รวม	54	100

จากตาราง 23 พบว่า การเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ของสมาชิกกลุ่มทอผ้า ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มสมาชิกด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา มาจากองค์กรท้องถิ่น และจากหน่วยงานภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 35.8 และ 11.3 ตามลำดับ

ตาราง 24 จำนวนและร้อยละของการเรียนรู้การผลิตหรือการทอผ้าให้มีคุณภาพ

การเรียนรู้การผลิตการทอผ้า	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษาดูงาน	11	20.4
จากภูมิปัญญาท้องถิ่น	23	42.6
เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน	20	37.0
รวม	54	100

จากตาราง 24 พบว่าการเรียนรู้การผลิตหรือการทอผ้าส่วนใหญ่เรียนรู้จาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา คือเรียนรู้จากเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน และเรียนรู้จากการศึกษาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และ 20.4 ตามลำดับ

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกต สัมภาษณ์และการประชุมกลุ่ม

จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์และการประชุมกลุ่ม สามารถสรุปสภาพปัญหาและความต้องการในการเสริมสร้างความรู้ความสามารถด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม หมู่ที่ 5 ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ได้ดังนี้

2.1 สภาพปัจจุบัน ความเป็นมาและความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการตลาดของผ้าทอ สมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้ามีพื้นฐานความรู้ด้านกีทอผ้าแบบพื้นเมืองมาก่อน ต่อมา มีหน่วยงานหลายหน่วยงาน เข้าไปสนับสนุนฝึกอบรมอาชีพ เพิ่มทักษะด้านต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรมอาชีพทอผ้ามัดหมี่ด้วยกี่กระตุก การย้อมสี รวมถึงการบริหารจัดการ การตลาด จนพัฒนามาเป็นกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ด้วยกี่กระตุกในปัจจุบัน โดยมีพัฒนาการของการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการตลาด ทั้งในด้านการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่ง ตัวอย่างการได้รับการสนับสนุน ได้แก่

- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอวังทอง สนับสนุนกีทอผ้า พร้อมวัสดุอุปกรณ์ วิทยากรจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้ความรู้เรื่องการทอผ้าด้วยกี่กระตุก
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ฝึกอบรมทอผ้าทอความรู้ในการทอผ้า และสนับสนุนกีทอผ้า พร้อมวัสดุอุปกรณ์
- อุตสาหกรรมจังหวัดฝึกอบรมการทอผ้าด้วยกี่กระตุก
- ศพช.เขต 6 สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งให้ใช้คืนโดยไม่มีดอกเบี้ย
- สมาคมส่งเสริมวัฒนธรรมหญิงสนับสนุนเงินกองทุนกลุ่มทอผ้า
- สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน และสำนักงานอุตสาหกรรม ฝึกอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการขนาดเล็กเกี่ยวกับเทคนิคการทอผ้า การบัญชี การตลาด
- กรมการปกครอง สนับสนุนสร้างโรงเรียนทอผ้า
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ฝึกอบรมการทอผ้ามัดหมี่ ฝ้าย ไหม
- การฝึกอบรมพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์
- การฝึกอบรมย้อมสีธรรมชาติ
- การให้คำปรึกษา แนะนำด้านการจัดการ การบัญชี การตลาด และการผลิต โดย

ศภ.2 กสอ.

- สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะการทอผ้าด้วยกี่กระตุก
- สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอวังทอง สนับสนุนงบประมาณ
- ประชาสงเคราะห์จังหวัด สนับสนุนงบประมาณ
- ศภ.2 กสอ. ฝึกอบรมพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นเพิ่มทักษะ
- สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม ฝึกอบรมการประดิษฐ์

ผลิตภัณฑ์จากผ้า

- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน
- กรมส่งเสริมการเกษตร สนับสนุนงบประมาณต่อเติมโรงก็ และเงินทุนหมุนเวียน
- ธ.ก.ส. ให้ทุนสนับสนุนสินเชื่อ

## 2.2 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่มีผลต่อการพัฒนาการตลาดของผ้าทอ

การดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม สมาชิกได้ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่กำหนดไว้ร่วมกันมาโดยตลอด สมาชิกให้ความไว้วางใจและพึงพอใจในการบริหารจัดการของคณะกรรมการ ไม่เกิดปัญหาขัดแย้งภายในกลุ่ม ได้ร่วมกันพัฒนางานผ้าของกลุ่มให้มีลวดลายมากกว่า 150 ลาย มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนออกจำหน่าย และยังพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ทำจากผ้า เช่น หมอน ซองโทรศัพท์ กระเป๋า และชุดสำเร็จ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มที่ได้จากการสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ยังคงมีปัญหาในเรื่องของการตลาด ซึ่งแบ่งได้เป็นด้านต่าง ๆ คือ

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบของสินค้าที่ผลิตยังไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการและความนิยมของลูกค้าเท่าที่ควร
2. ปัญหาด้านราคา การดำเนินงานที่ผ่านมากลุ่มอาชีพทอผ้ามีผลกำไรจากการจำหน่ายสินค้ามีมูลค่าค่อนข้างน้อย ทำให้กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการลงทุนน้อยไปด้ว นอกจากนี้การตั้งราคาก็ยังไม่แน่นอนและยังไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ
3. ปัญหาด้านการจำหน่าย ส่วนใหญ่ช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ยังไม่มากเท่าที่ควร สถานที่ในการจัดจำหน่ายยังไม่เพียงพอ และสะดวกสบายเท่าที่ควร ยังไม่มีการวางแผนการดำเนินงานเพื่อการจัดจำหน่าย และแสวงหาคู่ค้าหรือตลาดที่แน่นอนก่อนการผลิต ทำให้ตลาด ผู้ซื้อ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ายังไม่สมบูรณ์ เช่น รูปภาพประกอบการพิจารณาเลือกซื้อไม่แน่นอน
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด การให้การประชาสัมพันธ์กับสินค้าให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ายังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่รู้จักสินค้าของกลุ่ม

## 2.3 ความต้องการในการพัฒนาความรู้เรื่องการตลาด

จากการสัมภาษณ์ สมาชิกกลุ่มทอผ้าส่วนใหญ่ยังต้องการให้มีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความรู้ความสามารถด้านการตลาดให้กับกลุ่ม โดยต้องการให้มีรูปแบบการดำเนินการในลักษณะความร่วมมือ 3 ประสาน คือ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ องค์กรท้องถิ่นในระดับหมู่บ้าน ตำบลและธุรกิจเอกชนในภาคการผลิต ได้มีส่วนร่วมกันในการพัฒนา เพราะปัจจุบันสภาพการตลาดผ้าทอได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ความรู้ความเข้าใจ ที่เคยได้รับจากการอบรมที่ผ่านมา ประกอบกับแนวทางที่เคยปฏิบัติกันอยู่เดิมเริ่มไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบันเท่าที่ควร เช่น

ความนิยมใน ลักษณะและ รูปแบบผลิตภัณฑ์ เริ่มมีการเปลี่ยนไป จึงจำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ให้ทันกับยุคสมัย รวมทั้งในด้านราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดด้วย ซึ่ง สมาชิกในกลุ่มต้องการให้มีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น

จากการใช้เทคนิคการประชุมกลุ่ม 2 วิธีคือ กระบวนการ A.I.C. และการจัดเวที ประชาคม สามารถสรุปความต้องการร่วมกันของกลุ่มอาชีพทอผ้าได้ว่า สมาชิกของกลุ่มต้องการ พัฒนาความรู้ความสามารถด้านการตลาดใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการ จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และรูปแบบที่กลุ่มมีมติร่วมกันในกลายรูปแบบ ซึ่งได้แก่ การไปศึกษาดูงาน ไปเข้าร่วมประชุมสัมมนาในโอกาสต่าง ๆ ไปดูผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจากกลุ่มอื่น ส่งสมาชิกไปอบรมความรู้โดยตั้งงบการอบรมให้เพียงพอ และให้มีการจัดอบรมความรู้ด้านการตลาด โดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาให้การบรรยายและฝึกอบรม เป็นต้น

## ตอนที่ 2 การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความรู้ความสามารถด้านการตลาด

### 2.1. การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความสามารถด้านการตลาด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสอบถาม สัมภาษณ์และการประชุมกลุ่ม ใน ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยจึงได้กำหนดรูปแบบการพัฒนา และจัดกิจกรรมเพื่อการเสริมสร้างความรู้ ความสามารถด้านการตลาดให้กับสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้า โดยการกำหนดโครงการพัฒนาด้วยการ เชิญวิทยากร คือ คุณพิษณุ แก้วนัยจิตร นักวิชาการ 6 พาณิชยจังหวัดพิษณุโลก และคณะที่มี ความรู้มาให้การฝึกอบรมให้กับสมาชิกกลุ่มทอผ้าด้วยวิธีการบรรยายความรู้ และฝึกปฏิบัติกิจกรรม กลุ่ม ซึ่งมีหลักสูตรการอบรมในระยะเวลา 1 วัน คือ วันเสาร์ที่ 13 พฤศจิกายน 2547 ณ ห้องแสดง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ บ้านม่วงหอม หมู่ 5 ตำบลแก่งไสภา อำเภอวังทอง จังหวัด พิษณุโลก

การอบรมแบ่งเป็น 2 ภาค คือ

- ภาคเช้า เป็นการให้ความรู้เรื่อง การส่งเสริมด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ และการให้ ความรู้เรื่องกำหนดราคาสินค้าและผลิตภัณฑ์
- ภาคบ่าย เป็นการให้ความรู้เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่าย และความรู้เรื่อง การ ส่งเสริมการตลาด

โดยมีวิธีดำเนินโครงการ คือ

1. เสนอโครงการ เพื่อขออนุมัติการจัดทำโครงการจากหัวหน้ากลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม คือ นางเทา นันทะแพทย์ ประธานกลุ่ม
2. ประชุมเพื่อแต่งตั้งผู้รับผิดชอบในการดำเนินงาน

3. ประสานวิทยากร และจัดเตรียมสถานที่
4. ประสานกับวิทยากรในการจัดเตรียมเนื้อหาความรู้เพื่อการจัดทำเอกสารประกอบการอบรม โดยโครงการมีเนื้อหาสาระของความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกได้แก่
  - 4.1 ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์
    - 4.1.1 การผลิต
    - 4.1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์
    - 4.1.3 การบรรจุหีบห่อ
    - 4.1.4 การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์
  - 4.2 ด้านการตั้งราคาจำหน่าย
    - 4.2.1 การกำหนดราคาจำหน่าย
    - 4.2.2 การกำหนดราคาแบบเจาะตลาด
    - 4.2.3 การกำหนดราคาแบบดักดวง
    - 4.2.4 การให้ส่วนลด
  - 4.3 ด้านการจัดจำหน่าย
    - 4.3.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง
    - 4.3.2 การขายโดยผ่านคนกลาง
    - 4.3.3 การฝากขาย
    - 4.3.4 การนำสินค้าขึ้นสู่ OTOP
  - 4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
    - 4.4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ
    - 4.4.2 การจำหน่ายโดยใช้พ่อค้าคนกลาง
    - 4.4.3 การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้า
    - 4.4.4 การจัดแสดงสินค้า
    - 4.4.5 การจัดจำหน่ายตรง
5. ประสานกลุ่ม แจ้งสมาชิกในกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม เกี่ยวกับกำหนดการในการอบรม
6. ดำเนินการฝึกอบรมตามตารางการอบรมที่กำหนด

7. ประเมินผลหลังการอบรม โดยใช้แบบประเมินจำนวน 2 ฉบับ คือ แบบประเมินในภาพรวมของการจัดกิจกรรมการอบรมและ แบบประเมินความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดที่เพิ่มขึ้นหลังจากสมาชิกได้รับการอบรม

2.2 การติดตามผล ความก้าวหน้าจากการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความสามารถด้านการตลาดให้กับกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม

2.2.1 ผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการอบรม จากผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 54 คน ได้ ดังตาราง 25

ตาราง 25 แสดงผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการอบรม จากผู้เข้าร่วมอบรม

รายการประเมิน	$\mu$	$\sigma$	ระดับความคิดเห็น
1. ความรู้ความเข้าใจที่เพิ่มขึ้นหลังการเข้าร่วมกิจกรรม	4.31	0.84	มาก
2. ระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.25	0.93	ปานกลาง
3. รูปแบบเนื้อหาของกิจกรรมน่าสนใจและเหมาะสมกับการนำไปพัฒนากิจกรรมการตลาดต่อไป	3.87	0.72	มาก
4. วิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญมีความรู้ความสามารถดี	3.72	0.99	มาก
5. เอกสารที่ใช้ประกอบกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.96	0.75	มาก
6. สื่อและวัสดุอุปกรณ์ประกอบการดำเนินกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.85	0.83	มาก
7. สถานที่ ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมมีความเหมาะสม	2.72	1.01	ปานกลาง
8. ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.07	1.22	มาก
9. ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพได้เป็นอย่างดี	4.11	0.76	มาก
10. อยากให้มีการจัดกิจกรรมเช่นนี้อีกในโอกาสต่อไป	3.87	0.72	มาก
รวม	3.77	0.87	มาก

จากตาราง 25 การประเมินความคิดเห็นในภาพรวมของการจัดกิจกรรมการอบรม พบว่าผู้เข้าร่วมอบรมมีความคิดเห็นในระดับมากในประเด็นต่าง ๆ คือ มีความรู้ความเข้าใจที่เพิ่มขึ้นหลังการเข้าร่วมกิจกรรม ( $\mu = 4.31$ ) รูปแบบเนื้อหาของกิจกรรมน่าสนใจและเหมาะสมกับการนำไปพัฒนา กิจกรรมการตลาดต่อไป ( $\mu = 3.87$ ) วิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญมีความรู้ความสามารถดี ( $\mu = 3.72$ ) เอกสารที่ใช้ประกอบกิจกรรมมีความเหมาะสม ( $\mu = 3.96$ ) สื่อและวัสดุอุปกรณ์ประกอบการดำเนิน



กิจกรรมมีความเหมาะสม ( $\mu = 3.85$ ) ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม ( $\mu = 4.07$ ) ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพได้เป็นอย่างดี ( $\mu = 4.11$ ) และอยากให้มีการจัดกิจกรรมเช่นนี้อีกในโอกาสต่อไป ( $\mu = 3.84$ ) ส่วนความคิดเห็นในเรื่อง มีความเห็นในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม ( $\mu = 3.25$ ) และ สถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมมีความเหมาะสม ( $\mu = 2.72$ )

ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่

1. อยากให้มีการจัดอบรมเช่นนี้อีก โดยเชิญผู้มีความรู้จากหลาย ๆ ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมด้วย เพื่อสมาชิกของกลุ่มจะได้รับประสบการณ์ในหลาย ๆ รูปแบบ
2. อยากให้มีการจัดให้มีการศึกษาดูงานด้านการตลาด จากกลุ่มอื่น ๆ ที่ประสบผลสำเร็จในการจัดการด้านการตลาด เพื่อจะได้นำมาพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่มให้ดีขึ้น
3. อยากให้ภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเช่นนี้อีก เพื่อสมาชิกของกลุ่มจะได้มีความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา

2.2.2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาความรู้ด้านการตลาดใน 4 ด้าน ตามความต้องการของสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม ที่เข้ารับการอบรม จำนวน 54 คน สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังตาราง 26

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาความรู้ด้านการตลาดทั้ง 4 ด้าน

รายการประเมิน	ความรู้ความสามารถที่ได้รับ		
	$\mu$	$\sigma$	ระดับความรู้
<b>ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์</b>			
1. การวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์	3.31	0.84	ปานกลาง
2. การบรรจุหีบห่อตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค	3.22	0.93	ปานกลาง
3. การนำสินค้ามาดัดแปลงเป็นของฝาก	2.93	0.75	ปานกลาง
4. การผลิตสินค้าสู่ตลาด OTOP	3.72	0.68	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.30</b>	<b>0.80</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ด้านการตั้งราคาจำหน่าย</b>			
1. การกำหนดราคาจำหน่าย	3.85	0.68	มาก
2. การกำหนดราคาแบบเจาะตลาด	3.96	0.89	มาก
3. การกำหนดราคาแบบดักดวง	3.27	0.69	ปานกลาง
4. การให้ส่วนลด	3.08	0.97	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 26 (ต่อ)

รายการประเมิน	ความรู้ความสามารถที่ได้รับ		
	$\mu$	$\sigma$	ระดับความรู้
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>			
1. การเลือกทำเลที่ตั้ง	4.22	0.69	มาก
2. การจำหน่ายโดยใช้พ่อค้าคนกลาง	3.40	0.97	ปานกลาง
3. การฝากขาย	4.56	0.69	มากที่สุด
4. การนำสินค้าขึ้นสู่ OTOP	2.97	0.78	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1. การสร้างทัศนคติให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้า	4.02	0.67	มาก
2. การติดต่อกับสื่อท้องถิ่นเพื่อการโฆษณา	3.26	0.94	ปานกลาง
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า	4.65	0.87	มากที่สุด
4. การจัดแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้าชุมชน และงานสินค้า OTOP	3.86	0.56	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.95</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 26 การพัฒนาความรู้ด้านการตลาด ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ พบว่าโดยรวมสมาชิกมีความรู้จากการฝึกอบรมในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.30$ ) โดยได้รับความรู้ในระดับมาก 1 ข้อ คือ การผลิตสินค้าสู่ตลาด OTOP ( $\mu = 3.72$ ) และมีความรู้ในระดับปานกลาง 3 ข้อ คือ การวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 3.31$ ) การบรรจุหีบห่อตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ( $\mu = 3.22$ ) และ การนำสินค้ามาตัดแปลงเป็นของฝาก ( $\mu = 2.93$ )

การพัฒนาความรู้ด้านการตั้งราคาจำหน่าย พบว่า โดยรวม สมาชิกมีความรู้จากการฝึกอบรมในระดับมาก ( $\mu = 3.54$ ) โดยได้รับความรู้ในระดับมาก 2 ข้อ คือ การกำหนดราคาจำหน่าย ( $\mu = 3.85$ ) และการกำหนดราคาแบบเจาะตลาด ( $\mu = 3.96$ ) และมีความรู้ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ การกำหนดราคาแบบดักดวง ( $\mu = 3.27$ ) และการให้ส่วนลด ( $\mu = 3.08$ )

การพัฒนาความรู้ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า โดยรวมสมาชิกมีความรู้จากการฝึกอบรมในระดับมาก ( $\mu = 3.79$ ) โดยได้รับความรู้ในระดับมากที่สุด คือ การฝากขาย ( $\mu = 4.56$ ) มีความรู้ในระดับมาก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง ( $\mu = 4.22$ ) และมีความรู้ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ การจำหน่ายโดยใช้ พ่อค้าคนกลาง ( $\mu = 3.40$ ) และ การนำสินค้าขึ้นสู่ OTOP ( $\mu = 2.97$ )

การพัฒนาความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าโดยรวมสมาชิกมีความรู้จากการฝึกอบรมในระดับมาก ( $\mu = 3.95$ ) โดยได้รับความรู้ในระดับมากที่สุด คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ( $\mu = 4.56$ ) มีความรู้ในระดับมาก คือ การสร้างทัศนคติให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้า ( $\mu = 4.02$ ) และการจัดแสดง สินค้าตามงานแสดงสินค้าชุมชนและงานสินค้า OTOP ( $\mu = 3.86$ ) และมีความรู้ในระดับปานกลาง คือ การติดต่อกับสื่อท้องถิ่นเพื่อการโฆษณา ( $\mu = 3.26$ )

2.2.3 ผลการวิเคราะห์การติดตามผลสัมฤทธิ์หลังจากที่สมาชิกนำไปปฏิบัติแล้ว 4 ด้าน ของสมาชิกกลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังตาราง 27

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์การติดตามผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติแล้วใน ทั้ง 4 ด้าน

รายการ	ผลสัมฤทธิ์		
	$\mu$	$\sigma$	ระดับผลสัมฤทธิ์
<b>ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์</b>			
1. การวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์	3.51	0.87	มาก
2. การบรรจุหีบห่อตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค	3.55	0.83	มาก
3. การนำสินค้ามาดัดแปลงเป็นของฝาก	3.40	0.65	ปานกลาง
4. การผลิตสินค้าสู่ตลาด OTOP	3.90	0.93	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการตั้งราคาจำหน่าย</b>			
1. การกำหนดราคาจำหน่าย	3.87	0.48	มาก
2. การกำหนดราคาแบบเจาะตลาด	3.80	0.69	มาก
3. การกำหนดราคาแบบตักตวง	3.75	0.67	มาก
4. การให้ส่วนลด	3.28	0.90	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.63</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>

ตาราง 27 (ต่อ)

รายการ	ผลสัมฤทธิ์		
	$\mu$	$\sigma$	ระดับผลสัมฤทธิ์
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>			
1. การเลือกทำเลที่ตั้ง	4.40	0.75	มาก
2. การจำหน่ายโดยใช้พ่อค้าคนกลาง	3.61	0.67	มาก
3. การฝากขาย	4.50	0.85	มาก
4. การนำสินค้าขึ้นสู่ OTOP	3.22	0.75	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.93</b>	<b>0.76</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
1. การสร้างทัศนคติให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้า	4.65	0.87	มากที่สุด
2. การติดต่อกับสื่อท้องถิ่นเพื่อการโฆษณา	3.87	0.75	มาก
3. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า	4.60	0.6	มากที่สุด
4. การจัดแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้าชุมชน และงานสินค้า OTOP	3.86	0.67	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.25</b>	<b>0.51</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 27 การติดตามผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติ ในด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังนี้

ในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยรวมสมาชิกมีผลสัมฤทธิ์จากการนำไปปฏิบัติในระดับมาก ( $\mu = 3.59$ ) โดยมีผลสัมฤทธิ์ในระดับมาก 3 ข้อ คือ การวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 3.55$ ) การบรรจุหีบห่อตรงความความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ( $\mu = 3.40$ ) การผลิตสินค้าสู่ตลาด OTOP ( $\mu = 3.90$ ) และมีผลสัมฤทธิ์ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ การนำสินค้ามาดัดแปลงเป็นของฝาก ( $\mu = 3.40$ )

ในด้านการตั้งราคาจำหน่าย โดยรวมสมาชิกมีผลสัมฤทธิ์จากการนำไปปฏิบัติในระดับมาก ( $\mu = 3.63$ ) โดยมีผลสัมฤทธิ์ในระดับมาก 3 ข้อ คือ การกำหนดราคาจำหน่าย ( $\mu = 3.87$ ) การกำหนดราคาแบบเจาะตลาด ( $\mu = 3.80$ ) และการกำหนดราคาแบบดักดวง ( $\mu = 3.75$ ) และมีผลสัมฤทธิ์ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ การให้ส่วนลด ( $\mu = 3.28$ )

ในด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมสมาชิกมีผลสัมฤทธิ์จากการนำไปปฏิบัติในระดับมาก ( $\mu = 3.93$ ) โดยมีผลสัมฤทธิ์ในระดับมาก 3 ข้อ คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง ( $\mu = 4.40$ ) การจำหน่ายโดยใช้พ่อค้าคนกลาง ( $\mu = 3.61$ ) และการฝากขาย ( $\mu = 4.50$ ) และมีผลสัมฤทธิ์ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ การนำสินค้าขึ้นสู่ OTOP ( $\mu = 3.22$ )

ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมสมาชิกมีผลสัมฤทธิ์จากการนำไปปฏิบัติในระดับมาก ( $\mu = 4.25$ ) โดยมีผลสัมฤทธิ์ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ การสร้างทัศนคติให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้า ( $\mu = 4.65$ ) และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ( $\mu = 4.60$ ) และมีผลสัมฤทธิ์ในระดับมาก 2 ข้อ คือ การติดต่อกับสื่อท้องถิ่นเพื่อการโฆษณา ( $\mu = 3.87$ ) และจัดสินค้าตามงานแสดงสินค้าชุมชนและงานสินค้า OTOP ( $\mu = 3.86$ )

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม