

Marketing Strategies for Community Products by Sharing Knowledge Process based on the Sufficiency Economy Philosophy¹

Promphak Bungbua²
Chairat Kimsawat³

Received: May 1, 2014

Accepted: May 19, 2014

Abstract

Developing the community products is the way to gain revenue and solve community's economic problems by joining together with community members for recycling community materials following the sufficiency economy philosophy. The researchers were interested in studying the community sharing knowledge process, setting marketing strategies for community products, and studying overall results from marketing strategies for community products from community materials. The results of this research revealed that community members can adapt their sharing of knowledge processing into set the marketing strategies of coconut sugar product and also distribute the products for sustainable gain of revenue to community members.

Keywords: Community products, Sharing knowledge process, Sufficiency economy philosophy, Marketing strategies, Coconut sugar

¹ Research of Rattanaabundit University.

² Director of Research and Academic Improvement

³ Lecturer of Marketing Department

กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง¹

พร้อมภักดิ์ บึงบัว²

ไชยรัตน์ กิมสวัสดิ์³

บทคัดย่อ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการสร้างรายได้และแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนด้วยการร่วมแรงร่วมใจของสมาชิกชุมชน ที่สามารถนำวัตถุดิบและวัสดุเหลือใช้ของชุมชนมาสร้างรายได้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชน การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่น และศึกษาผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกชุมชนสามารถนำกระบวนการแลกเปลี่ยนรู้มาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว และสามารถดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกชุมชนได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ชุมชน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลยุทธ์ทางการตลาด น้ำตาลมะพร้าว

¹ งานวิจัยของมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

² ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

³ หัวหน้าภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

บทนำ

คนไทยส่วนใหญ่ใช้น้ำตาลทรายในการประกอบอาหารเป็นหลัก แต่ยังมีอีกหลายครัวเรือนที่ยังใช้น้ำตาลมะพร้าวหรือน้ำตาลปีบในการประกอบอาหารโดยเฉพาะอาหารไทย น้ำตาลมะพร้าวเป็นวัสดุในการประกอบอาหารที่ผลิตมาจากน้ำตาลสดที่รองจากวงมะพร้าว จัดเป็นน้ำตาลพื้นบ้านที่อยู่คู่ครัวไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน มีการผลิตกันอย่างแพร่หลายในหลายจังหวัด เช่น สมุทรสงคราม ราชบุรี เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี เป็นต้น ซึ่งกระบวนการผลิตน้ำตาลมะพร้าวนั้นเป็นภูมิปัญญาไทยที่ต้องอาศัยความพิถีพิถัน ตั้งแต่การเลือกลักษณะวง การนวดวง การทำความสะอาดวง การเคี่ยวน้ำตาล การใช้เกรียงขูดจากกระทะ การเทใส่ภาชนะ ประกอบกับการผลิตเพื่อการค้า ทำให้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตตามยุคสมัยให้ได้น้ำตาลที่มีปริมาณขึ้น ด้วยการผสมแป้ง กากน้ำตาลหรือน้ำตาลทราย เพื่อเพิ่มปริมาณและลดต้นทุนการผลิต รวมถึงช่วยให้น้ำตาลไม่คืนตัวเร็วเกินไป ใส่สารฟอกขาวเพื่อให้ได้น้ำตาลสีขาววอลน่ากิน (มาโนชญ์ โรจนศิริ, 2548) ส่งผลให้ประชาชนโดยเฉพาะเยาวชนรุ่นใหม่ไม่นิยมสืบทอดอาชีพนี้ ไม่เป็นที่นิยมของคนทั่วไป ทำให้อาชีพการผลิตน้ำตาลมะพร้าวกำลังลดน้อยลงไปเป็นอันมาก

ทิศทางในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาคในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่เน้นการพัฒนาต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8-10 โดยเน้นการนำภูมิคุ้มกันที่มีอยู่ พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ให้ความสำคัญกับ

การพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร และได้รับประโยชน์จากการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยีนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกัน ต้องบริหารจัดการแผนพัฒนาฯ ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้หลักการพัฒนาพื้นที่ภารกิจ และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมไทย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทยตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย, 2553) การส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศดำเนินวิถีชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นภารกิจสำคัญที่ต้องดำเนินการโดยเร่งด่วนเพื่อให้ประชาชนสามารถประกอบอาชีพและดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างเป็นสุขและยั่งยืน

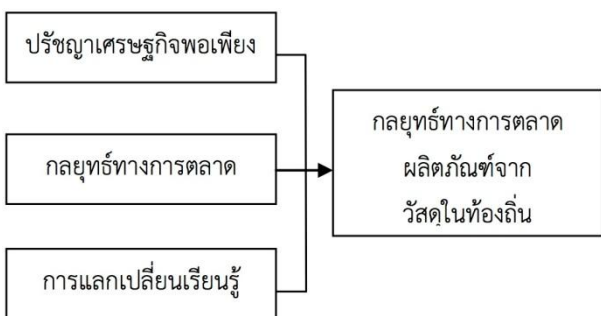
จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความพร้อมต่อการพัฒนาภาคเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ มีสินค้าเศรษฐกิจขึ้นชื่อของตนเอง และอยู่ใกล้กับเมืองหลวง ทำให้การส่งเสริมจากภาครัฐเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ประกอบกับเป็นจังหวัดที่มีต้นมะพร้าวเป็นพืชพื้นเมือง ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพปาดวงมะพร้าวเพื่อนำน้ำตาลมาเคี่ยวให้เป็นน้ำตาลมะพร้าว มีความเหมาะสมในการนำมาประกอบอาหารและขนมไทย เนื่องจากให้รสชาติหวาน หอม มัน แตกต่างจากรสชาติหวานของน้ำตาลชนิดอื่น และพัฒนาเป็นสินค้าประจำตำบลจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในบริเวณใกล้เคียง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเหล่านี้ให้เป็นที่ต้องการของตลาด สามารถเลี้ยงชีพของ

ชาวบ้านในท้องถิ่นได้อย่างพอเพียง จึงนับว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชน สร้างความร่วมมือและกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกของชุมชน เกิดความรัก ความสามัคคี สอดคล้องกับแนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเหมาะสม แต่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงปากท้องเป็นสำคัญ (จิตติชัย พันธมาลี, 2548) ขาดการบูรณาการความรู้และหลักการดำเนินชีวิตที่ช่วยให้ประชาชนและคนรุ่นใหม่ในพื้นที่สามารถสร้างอาชีพจากผลิตภัณฑ์ในชุมชน และสามารถดำรงชีพได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากระบวนการในการสร้างอาชีพจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่ช่วยให้ประชาชนสามารถสร้างเป็นอาชีพหลักของตนเองตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนในการสร้างผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่น ชุมชนลาดใหญ่ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นชุมชนลาดใหญ่ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในครั้งนี้จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพปาดวงมะพร้าวในชุมชนลาดใหญ่ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม และสนใจเข้าร่วมกลุ่มการสร้างผลิตภัณฑ์จากวัสดุในชุมชน จำนวน 15 คน จาก 15 ครัวเรือน
2. เจ้าหน้าที่สนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน องค์กรบริหารส่วนตำบล และผู้ประสานงานด้านพัฒนาชุมชน ที่ปฏิบัติงานอยู่ในชุมชน จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประเด็นในการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในชุมชน

ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

1. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากการประกอบอาชีพและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน โดยวิเคราะห์จากปัจจัยนำเข้า ได้แก่ แรงงาน (Man) เงินทุนและเงินหมุนเวียน (Money) กระบวนการบริหารจัดการ (Method) และวัสดุ อุปกรณ์และเทคโนโลยี (Material/Machine) รวมถึงผลผลิต ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาที่ผ่านมา
2. พัฒนาและออกแบบเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ประเด็นในการสนทนากลุ่ม สำหรับการสนทนากลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในชุมชน จำนวน 20 คน

3. นำประเด็นคำถามที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถาม และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงประเด็นคำถามให้ชัดเจนมากขึ้น

4. วางแผนดำเนินการสนทนากลุ่ม โดยใช้เทคนิคชุมชนนักปฏิบัติ ที่กำหนดให้ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกของกลุ่ม (คุณอำนวย) เพื่อกำหนดประเด็นคำถามและกระตุ้นให้ผู้ให้ข้อมูลแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันตามประเด็นที่กำหนด และมีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร โดยสรุปผลการจดบันทึกให้กลุ่มตัวอย่างยืนยันข้อมูลอีกครั้งหนึ่งในแต่ละประเด็น

5. ติดต่อประสานงานกับผู้นำชุมชนเพื่อนัดหมายสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง

6. ดำเนินการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์และประเด็นที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันให้กับสมาชิกทราบ และสนทนากลุ่มไปตามประเด็นที่กำหนดจนครบถ้วน ในแต่ละประเด็นของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผู้จดบันทึกจะสรุปผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้สมาชิกยืนยันความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งหนึ่งทุกประเด็น

7. นำข้อมูลจากการสนทนากลุ่มมาตีความและสรุปเป็นประเด็น และจัดทำรายงานข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม

8. คัดเลือกและออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุในชุมชนที่มีลักษณะน่าสนใจ สามารถนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่างในการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด

9. กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและเขียนแผนการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

10.ผลิตสินค้าตัวอย่างและนำไปทดลองจำหน่ายในพื้นที่ท่องเที่ยวและดำเนินการตามแผนการตลาดที่กำหนดขึ้น

11.ประเมินผลความสำเร็จการดำเนินงานตามแผนการตลาดที่พัฒนาขึ้น

สรุปผลการวิจัย

1. กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชาวบ้านชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกชุมชนและเจ้าหน้าที่สนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เป็นกระบวนการในการศึกษาข้อมูลของชุมชน เป้าหมายและความต้องการของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นที่ชุมชนสามารถนำไปสร้างรายได้ อย่างยั่งยืนได้ โดยผู้วิจัยใช้เทคนิคการมีส่วนร่วมมาใช้ในการลงพื้นที่ ดังนี้

1.1 สร้างความคุ้นเคยกับชุมชน ผู้วิจัยเยี่ยมชมและสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิตของชาวบ้านชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

1.2 กำหนดประเด็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดประเด็น โดยศึกษาถึงลักษณะโดยทั่วไปของชุมชน สภาพพื้นที่ การดำเนินชีวิต วัฒนธรรม จำนวนประชากร รายได้ และสภาพเศรษฐกิจในพื้นที่ชุมชน และระบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน

1.3 จัดเตรียมการสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกชุมชน ใช้การประชุมแบบวงล้อม ไม่มีการกำหนดประธาน โดยกำหนดให้สมาชิกทุกคนได้พูดและแสดงความรู้สึกของตนเอง

1.4 ผู้วิจัยใช้คำถามในการกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ กำหนดกติกาในการพูด ให้อำนาจการรอคอยในการแสดงความรู้สึก ไม่พูดแทรก นำเสนอข้อเท็จจริง ไม่พูดกระทบ กระทบ และใช้ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นข้อมูล ที่ให้ประโยชน์ต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

1.5 ผู้ช่วยนักวิจัยจัดบันทึกตามประเด็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยใช้เทคนิคการสรุปผลและยืนยันข้อมูลกับสมาชิกเมื่อจบการพูดคุยในแต่ละประเด็น ช่วยยกคุณค่าของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

ผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชาวบ้านชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าอาชีพหลักของชาวบ้านชุมชนคือ ชาวสวน นิยมปลูกต้นมะพร้าวซึ่งเป็นพืชที่สามารถปลูกได้ง่าย และมีผลผลิตตลอดปี เนื่องจากมีน้ำไหลผ่านจากแม่น้ำสายหลักตลอดปี รายได้ของชาวบ้านมีรายได้ประมาณ 80,000 – 150,000 บาท/ครัวเรือน/ปี ผลผลิตจากครัวเรือนเป็นการปลูกเพื่อการขาย มีพ่อค้ามารับซื้อจากชุมชนทั้งมะพร้าวสดและผลิตภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว แต่เนื่องจากน้ำตาลมะพร้าวที่ผลิตขึ้นเพื่อการประกอบอาหารมีขนาดใหญ่และกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนตามกระบวนการผลิตที่มาแต่เดิมทำให้ขายปลีกได้จำนวนน้อย

กระบวนการผลิตเป็นการผลิตเน้นการผลิตในครัวเรือน ซึ่งหัวหน้าชุมชนพยายามรวมกลุ่มเพื่อผลิตและออกจำหน่ายในตลาดชุมชน แต่เป็นการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ ไม่มีรูปแบบและการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถรวมกลุ่มได้อย่างยั่งยืน รวมถึงเกิดปัญหาในการจัดสรรเงินลงทุนและรายได้จากการจำหน่าย ส่งผลให้ชาวบ้านค่อยๆ ถอนตัวในการรวมกลุ่มออกไป จนในปัจจุบันไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าในนามของชุมชนแล้ว

นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่ภาครัฐได้ส่งเสริมให้ชาวบ้านทำอาชีพเสริมอื่นๆ ตามศักยภาพของสมาชิกในชุมชน แต่ยังไม่สามารถสร้างอาชีพเสริมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านอย่างจริงจัง ผู้นำชุมชนให้ความช่วยเหลือด้านการประสานงานกับเจ้าหน้าที่รัฐในการหาตลาดจัดจำหน่ายและช่องทางจำหน่ายสินค้าชุมชน แต่ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายจะต้องเป็นสินค้าระดับชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนของชุมชน แต่เมื่อไม่สามารถสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนได้ ทำให้ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นตัวแทนของชุมชนเพื่อจัดจำหน่ายเทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่นๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดเป็นการวิเคราะห์ลักษณะและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยทำการวิเคราะห์สถานการณ์ได้ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางประชากรศาสตร์

1.1 ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีความต้องการสินค้ามากขึ้นตามลำดับ การบริหารจัดการสินค้าต้องสอดคล้องกับความต้องการของประชากรที่มีความต้องการมากขึ้น

1.2 ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับสูง มีอาชีพและรายได้สูง ทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีอำนาจในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น แต่กลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะมีความสามารถในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้ามากขึ้นด้วย

2. สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม

2.1 สังคมปัจจุบันมีขนาดใหญ่ขึ้น รูปแบบการบริโภคมีรูปแบบเปลี่ยนแปลงไป เน้นการบริโภคสินค้าสำเร็จรูป หาได้ง่ายในท้องตลาด ไม่นิยมประกอบอาหารเอง

2.2 วัฒนธรรมการบริโภคของประชากรมีความแตกต่างจากเดิม เลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพราคาไม่แพง

3. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

3.1 ประชากรในพื้นที่จำนวนหนึ่งยังประสบภาวะว่างงาน ทำให้ต้องการบริโภคสินค้าที่มีราคาถูก ไม่เกินกำลังซื้อส่วนบุคคล

3.2 ภาวะเศรษฐกิจถดถอย เนื่องด้วยปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง ส่งผลให้โอกาสทางการตลาดมีน้อย

4. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี การผลิตสินค้าในปัจจุบันใช้เทคโนโลยีในการผลิตให้ได้มาตรฐานและสามารถควบคุมคุณภาพได้ ใช้แรงงานจำนวนน้อย แต่ได้ผลผลิตจำนวนมาก

5. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัสดุในท้องถิ่นทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเปลือกมะพร้าวทำให้เกิดขยะทางธรรมชาติ ต้องกำจัดด้วยการฝังกลบหรือเผาในกรณีที่มีจำนวนมาก ส่งผลให้ทำลายทัศนียภาพของชุมชน

6. การวิเคราะห์การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคในครัวเรือน และมีการนำน้ำตาลมะพร้าวไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทของชำร่วย แต่ยังคงพบว่าของชำร่วยในตลาดปัจจุบันที่มีหลากหลายประเภทนั้นมีของชำร่วยจากวัสดุธรรมชาติยังเป็นตลาดขนาดเล็ก ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก ซึ่งสามารถวิเคราะห์ตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้ คู่แข่งขันทางตรง มีผู้ประกอบการของชำร่วยจากธรรมชาติที่ได้รับความนิยมอยู่ในท้องตลาด เช่น กะลาใส่เทียน เทียนสีรูปร่างต่างๆ คู่แข่งทางอ้อมของชำร่วยในท้องตลาดประเภทอื่นๆ มีจำนวนมาก มีรูปลักษณะหลากหลาย ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการบริโภคสินค้าจำนวนมาก

คู่แข่งชั้นใหม่ ตลาดน้ำตาลมะพร้าวยังเป็นตลาดขนาดเล็ก มีผู้ผลิตตามพื้นที่ ทำให้ไม่มีคู่แข่งในการผลิตวัตถุดิบมากนัก

ลูกค้า ลูกค้ามีทางเลือกในการบริโภคสินค้าชอบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ ตามท้องตลาด และมีราคาเหมาะสม

ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต วัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นวัสดุในท้องถิ่น หาได้ง่าย และมีต้นทุนการผลิตต่ำ ทำให้มีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งที่ต้องซื้อวัตถุดิบจากภายนอก

7. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในภาวะปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยไม่ดีมากนัก ทำให้ประชาชนลดการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย เลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกแต่คุณภาพดี ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น เพื่อให้ได้รับประโยชน์คุ้มค่างบเงินที่เสียไป

3. ผลการวิเคราะห์สถานการณ์

จากการวิเคราะห์ปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ทางตลาด และนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวที่พัฒนาขึ้น ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นการวิเคราะห์ SWOT ของผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าวได้ดังนี้

3.1 จุดแข็ง ได้แก่

3.1.1 สินค้าหาได้ง่ายและสะดวกต่อการนำมาใช้งาน

3.1.2 เป็นสินค้าที่สามารถผลิตได้เองในชุมชน

3.1.3 สามารถนำวัสดุเหลือใช้ในชุมชน เช่น กะลามะพร้าว ทางมะพร้าว มาเป็นวัสดุประกอบตกแต่งสินค้า ใช้วัสดุในชุมชนอย่างคุ้มค่า

3.1.4 มีต้นทุนในการผลิตน้อย แต่สามารถตั้งราคาขายได้สูง

3.1.5 มีแรงงานภายในชุมชน สามารถทำเป็นอาชีพเสริมของแม่บ้านได้

3.1.6 ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามัคคี สามารถใช้เวลาว่างจากการทำงานประจำในการผลิต และสามารถผลิตร่วมกันในนามชุมชนได้

3.2 จุดอ่อน ได้แก่

3.2.2 มีกระบวนการผลิตที่ยังไม่เป็นมาตรฐาน ไม่มีเครื่องจักรในการผลิต

3.2.3 เป็นสินค้าที่ได้จากธรรมชาติ อาจมีการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะหากได้รับผลกระทบจากธรรมชาติ เช่น ความชื้น ฝน ความร้อน

3.3 โอกาส ได้แก่

3.3.1 เป็นสินค้าที่มีการคิดค้นใหม่ ยังไม่มีคู่แข่งในตลาด

3.3.2 เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ มีความแตกต่างจากสินค้าโรงงานทั่วไป

3.3.3 ผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมบริโภคสินค้าจากธรรมชาติมากขึ้น

3.3.4 รูปลักษณ์ของสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากสินค้าอื่นๆ เป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค

3.4 อุปสรรค ได้แก่

3.4.1 สมาชิกในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการประกอบธุรกิจ

3.4.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าน้อย เนื่องจากต้องใช้เครือข่ายใกล้เคียง ขาดทุนทรัพย์ในการขนส่งสินค้าเพื่อจำหน่ายในพื้นที่ห่างไกล

3.4.3 เป็นสินค้าที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพราะเป็นสินค้าใหม่

4. แผนกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์จากวัสดุในชุมชนชาวบ้านชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสงคราม

ผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม นำมาพัฒนาเพื่อสร้างรายได้ ได้แก่ น้ำตาลมะพร้าวก้อนเล็ก บรรจุภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว กระเช้าผลิตภัณฑ์จากเปลือกมะพร้าว และของชำร่วยจากน้ำตาลมะพร้าว เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริมของชุมชนและสามารถผลิตได้อย่างยั่งยืน คำนึงถึงความเป็นไปได้ในการจัดจำหน่าย มีเป้าหมายในการจัดจำหน่ายชัดเจน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกหรือสภาพแวดล้อมมหภาค และส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อนำมาออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งกำหนดแผนการปฏิบัติงานไว้เป็นระยะสั้นและระยะยาวเป็นระยะเวลา 5 ปี กำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ คือ เป็นตัวแทนของคำขอบคุณที่แสดงความรัก ความหอมหวานและมีคุณค่า ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดที่พัฒนาขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ด้านใหญ่ๆ ได้แก่

4.1ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วยจากน้ำตาลมะพร้าวที่นำสู่ตลาดเป็นสินค้าที่มีการปรับปรุงขนาดจากน้ำตาลก้อนขนาดใหญ่ให้มีขนาดเล็กลง มีรูปร่างสวยงาม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับน้ำตาลมะพร้าว โดยมีลักษณะดังนี้

4.1.1 ผลิตภัณฑ์หลักมีประโยชน์ต่อการบริโภค ใช้ในการประกอบอาหาร เป็นน้ำตาลจากธรรมชาติที่สามารถนำไปประกอบอาหารคาวและหวานได้

4.1.2 ของชำร่วยจากน้ำตาลมะพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เสียประโยชน์ ผู้ได้รับสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการประกอบอาหารได้จริง

เนื่องจากน้ำตาลมะพร้าวมีคุณสมบัติในการเก็บรักษาได้นาน

4.1.3 ลูกค้าได้รับบริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หลังจากการขาย สินค้ามีข้อมูลการใช้งาน ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าที่มีความต้องการสอบถามหรือต้องการคำแนะนำสามารถติดต่อกับผู้ผลิตเพื่อสอบถามข้อมูลได้ทันที

4.2 ด้านราคา (Price) การกำหนดราคาจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับราคาของผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ไม่ให้มีราคาสูงเกินไป และไม่ต่ำมากเกินไป ปัจจัยในการกำหนดราคา ประกอบด้วย

4.2.1 กลยุทธ์ด้านราคาของคู่แข่งชั้นศึกษาโครงสร้างราคาของผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้นให้มากที่สุด

4.2.2 กำหนดจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เป็นข้อแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่สนใจของลูกค้า

4.2.3 การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์จากลูกค้า เพื่อให้สามารถกำหนดคุณค่าของสินค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ช่วยให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และส่งเสริมการมีจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เน้นการขายทางอินเทอร์เน็ต และการเปิดตัวกับร้านถ่ายภาพแต่งงาน ร้านขายของชำร่วย และผู้ประกอบการที่รับจัดพิธีมงคลสมรส ภายในจังหวัดสมุทรสงคราม และเมื่อเป็นที่นิยมของผู้บริโภคแล้วจึงขยายฐานลูกค้าไปยังจังหวัดใกล้เคียง เมื่อมีผู้รู้จักมากขึ้นจึงสามารถกระจายสินค้าไปยังจังหวัดที่ห่างไกลได้นอกจากนี้

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประสานงานเพื่อขอนำสินค้าไปจัดแสดงในงานแสดง

สินค้าของจังหวัด เช่น OTOP และจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้า เน้นการนำเสนอรูปลักษณ์ การออกแบบ สี สัน ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความแปลกใหม่และดึงดูดใจลูกค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตต้องจัดส่งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาสินค้าในรูปลักษณ์ใหม่ๆ นำเสนอให้แก่ผู้ประกอบการ จัดทำส่วนลดพิเศษให้กับผู้ประกอบการที่รับจัดจำหน่ายสินค้า และจัดทำสินค้าพิเศษแจกให้แก่ผู้ประกอบการหรือลูกค้าที่ติดต่อขอจัดจำหน่ายได้ทดลองเป็นกรณีพิเศษอีกด้วย

4.5 ด้านอื่นๆ ได้แก่

4.5.1 ด้านการผลิต สมาชิกชุมชนมีการจัดสรรหน้าที่ในการดำเนินงาน และร่วมกันวางแผนการผลิต การจัดการวัตถุดิบที่ดี การตรวจสอบควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีจำนวนแรงงานที่เพียงพอและเครื่องมือที่เพียงพอกับรายการสินค้าส่งล่วงหน้า

4.5.2 ด้านการเงิน สมาชิกชุมชนร่วมกันจัดสรรเงินทุนหมุนเวียน โดยทำเรื่องขอยืมเงินลงทุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีงบประมาณสนับสนุนการสร้างอาชีพของชุมชน และมีแผนงานในการคืนเงินเป็นงวดๆ รวมถึงดอกเบี้ยตามที่ตกลง นอกจากนี้ มีการจัดสรรเงินกำไร การจัดทำบัญชีและชี้แจงบัญชีในการประชุมรายสัปดาห์เพื่อให้เกิดความโปร่งใส

4.5.3 ด้านทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีจำนวนสมาชิกชุมชนเข้าร่วมเพียงพอ โดยมีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับสมาชิกในทุกหน้าที่ และมีการจัดสรรเงินกำไรอย่างยุติธรรมในรูปแบบหุ้น ทำให้ไม่มีความขัดแย้งในการดำเนินงานและมีการภูมิใจที่ดี

4.5.4 ด้านการดำเนินงานภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนสามารถสร้างบรรจุดัชนีและผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ในชุมชน ซึ่งวัสดุเหล่านี้เป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีตลอดปี ทำให้ไม่ต้องหาวัสดุจากนอกชุมชน สามารถผลิตได้คราวละมากๆ และมีต้นทุนในการผลิตต่ำ

4.5.5 ด้านการเพิ่มรายได้ ผลิตภัณฑ์น้ำตาลก้อนเล็กมีขนาดและรูปลักษณ์ที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถดึงดูดใจลูกค้าด้วย ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงเข้าร่วมแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าของจังหวัด ช่วยขยายฐานลูกค้า และประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้ประโยชน์ต่อชุมชน

4.5.6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและพลังงาน ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา น้ำมันเชื้อเพลิง ที่ใช้ในการผลิต และการซ่อมแซมอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่เก่าหรือชำรุดให้มีสภาพดีแล้วนำกลับมาใช้ใหม่สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพมาตัดแปลงหรือแปรรูปใหม่ได้ ทำให้ไม่สิ้นเปลืองวัสดุในการผลิต และใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า สามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างรอบคอบและเกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากแผนกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์จากวัสดุในชุมชนชาวบ้านชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีการดำเนินงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถสรุปการเชื่อมโยงการดำเนินงานได้ดังตารางที่ 1

อภิปรายผลการวิจัย

1. การเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

จากกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกชุมชนลาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า สมาชิกมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้วยการระดมความคิด สามารถหาข้อสรุปจากประเด็นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และร่างเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งผลจากการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นผลจากประสบการณ์ตรงของสมาชิก สมาชิกให้ความสนใจกล้าแสดงออก ใช้เหตุและผลพิจารณาข้อได้เปรียบและข้อด้อยของผลิตภัณฑ์ วัสดุเหลือใช้ และกระบวนการผลิตที่อยู่บนฐานของความเป็นไปได้ในการผลิต สามารถรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคำตอบแก้ปัญหาและสร้างองค์ความรู้ของชุมชนได้ด้วยตนเอง มีการประสานความร่วมมือกับบุคคลภายนอกชุมชนเพื่อประสานประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับความไว้วางใจกันระหว่างสมาชิกที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สมาชิกทุกคนร่วมกันสนทนาและดำเนินกิจกรรมการสร้างความรู้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Senge (1994) ที่กล่าวว่า สมาชิกในทีมต้องมีความไว้วางใจกันในการปฏิบัติงาน มีการเรียนรู้ที่จะพูดคุยกันอย่างเป็นมิตร และมีการพัฒนาความรู้สึกร่วมกันของทีม นอกจากนี้ Zarraga และ Garrca-Falcon (2003) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่สนับสนุนการจัดการความรู้ที่ดี คือ การสนทนา ซึ่งช่วยให้เกิดการสร้างความรู้ การถ่ายโอนความรู้ และการผสมผสานความรู้ในทีม

การสร้างบรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างความรู้ของชุมชนด้วยการสนทนาในพื้นที่ ใช้สถานที่ที่สมาชิกทุกคนรู้สึกคุ้นเคย

เป็นกันเอง ไม่เกิดความเครียดและไม่ต้องเป็นทางการ ช่วยให้สมาชิกเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย รวมถึงจัดเตรียมข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นให้กับสมาชิก ช่วยให้สมาชิกเกิดแรงจูงใจที่ร่วมกันแก้ปัญหาและหาแนวทางที่เป็นประโยชน์กับชุมชน สอดคล้องกับ บุญส่ง หาญพานิช (2546) ที่พบว่าการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ดีควรมีการอำนวยความสะดวกในการบริการ ทั้งด้านสถานที่ เครื่องมือ ทั้งจากภายในและภายนอกในการจัดทำโครงการ การทดลอง การวิจัย และกิจกรรมความรู้ต่างๆ

2. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สมาชิกชุมชนสามารถร่วมกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ตามประเด็นที่กำหนด ในด้านเนื้อหาสาระสำคัญ วิธีการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ความเป็นไปได้ และขั้นตอนการผลิตรายละเอียด ทำให้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ถูกต้องและสอดคล้องกับ

ความเป็นจริงของตลาดบนรากฐานของการดำเนินงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งเสริมให้ใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนอย่างยั่งยืน มีการนำเสนอที่เป็นขั้นตอน และถ่ายทอดกระบวนการผลิตร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากสมาชิกชุมชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ของกันและกัน สอดคล้องกับหลักการเรียนรู้ร่วมกันของ วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์ (2545) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้เป็นทีมจะเกิดได้ดีในช่วงที่สมาชิกร่วมกันทำงานเป็นทีมจากการปฏิบัติร่วมกัน มีการช่วยเหลือเกื้อกูล เรียนรู้แบ่งปันความรู้และประสบการณ์ที่ดีร่วมกัน และจากงานวิจัยของสายพิน สีหรัักษ์ (2551) ที่พบว่ารูปแบบการเรียนรู้ตามหลักการเรียนรู้เป็นทีมช่วยเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้เป็นทีมของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 1 การเชื่อมโยงการดำเนินงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ผลิตภัณฑ์	พอประมาณ	มีเหตุผล	ภูมิคุ้มกัน	ความรู้	คุณธรรม
น้ำตาลมะพร้าวก้อนเล็ก	มีต้นทุนต่ำในการประกอบธุรกิจ	มีเป้าหมายที่ชัดเจนในกำหนดผลิตภัณฑ์ให้ขายได้ง่ายและเพิ่มมูลค่าให้กับน้ำตาลมะพร้าว	- มีเงินทุนสำรองในการประกอบธุรกิจ - มีการกระจายสินค้าในหลายระดับ	เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุในชุมชน	ผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากน้ำตาลมะพร้าว 100%
บรรจุภัณฑ์น้ำตาลมะพร้าว	ใช้วัสดุเหลือใช้ภายในชุมชน	- ต่อยอดการเพิ่มให้กับน้ำตาลมะพร้าว - ดัดแปลงวัสดุทางธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด	มีกระบวนการในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้สามารถนำไปประกอบอาชีพได้	มีระบบการผลิตที่เป็นขั้นตอน แบบแผน เข้าใจง่าย สามารถ	- นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ - ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยความจริงใจ
กระเช้าผลิตภัณฑ์จากเปลือกมะพร้าวและของชำร่วยจากน้ำตาลมะพร้าว	ใช้วัสดุที่มีอยู่ในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้ต้นทุนที่มีอยู่ในชุมชน	- ดัดแปลงวัสดุที่ไม่มีคุณค่ามาสร้างมูลค่า - ลดปริมาณขยะที่เกิดจากวัสดุธรรมชาติ	- เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ มีรูปลักษณ์แปลกใหม่ - มีที่ปรึกษาในการให้คำแนะนำในการวางแผนทางการตลาด	มีกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการผลิตที่ถูกต้อง ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	นำเสนอวิธีการใช้งานตามความเป็นจริง เปิดเผยข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องชัดเจน

3. การดำเนินงานตามหลักปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียง

สมาชิกชุมชนยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยกำหนดขอบเขตพื้นฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบรู้จักพอ สมาชิกใช้วัตถุดิบและวัสดุเหลือใช้ในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกเหนือจากการยังชีพในครัวเรือน โดยมองถึงการสร้างคุณภาพชีวิตในสังคมปัจจุบันที่จำเป็นต้องเพิ่มรายได้จากการยังชีพเพียงอย่างเดียว ด้วยการช่วยเหลือตนเอง ครอบครัว และสังคมที่สภาพเศรษฐกิจที่พอเพียง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550) เน้นการปฏิบัติจริงจนเกิดความมั่นใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีกระบวนการในการเตรียมคนให้มีความพร้อมในการดำเนินงานเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับบุคคลและชุมชน (คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2553)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนสามารถนำไปเป็นต้นแบบของชุมชนทั่วไปในการสร้างความรู้ที่เป็นประโยชน์กับชุมชนทั้งในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการดำรงชีวิตของสมาชิกชุมชน

1.2 กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลมะพร้าว ที่มีการดำเนินการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถนำไปเป็นแนวทางการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอื่นๆ สำหรับชุมชนที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

1.3 การดำเนินกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นสามารถเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคคลในด้านความรู้ที่จำเป็นในการดำรงชีวิตและเสริมสร้างทักษะชีวิตที่เหมาะสมกับชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากระบวนการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่มีต้นทุนและความพร้อมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงควรศึกษาเพิ่มเติมกับชุมชนที่มีความสนใจและมีลักษณะแตกต่างจากชุมชนขนาดใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

2.2 การวิจัยในครั้งนี้เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของสมาชิกในชุมชนซึ่งเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการจัดการความรู้ จึงควรมีการศึกษาถึงกระบวนการอื่นๆ ของการจัดการความรู้ที่จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้อย่างเป็นพลวัตต่อไป

อ้างอิง

คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). จุดเน้นสู่การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนเพื่อการขับเคลื่อนหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

จิตติชัย พันธมาลี. (2548). กลยุทธ์การใช้ส่วนประสมการตลาดของผู้ผลิตน้ำตาลมะพร้าวรายย่อย : ศึกษากรณีจังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยคริสเตียน.

- บุญส่ง หาญพานิช. (2546). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการความรู้ในสถาบันอุดมศึกษาไทย. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาโนชญ์ โรจนศิริ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของเกษตรกรชาวสวนผู้ผลิตน้ำตาลมะพร้าว : กรณีศึกษาชาวสวนในเขตตำบลเหมืองใหม่ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. ลานปัญญา. 5 (2) (ธันวาคม 2547 - มิถุนายน 2548): 145-155.
- วรภรณ์ ตระกูลสุชาติ. (2545). การนำเสนอรูปแบบการเรียนการสอนบนเว็บด้วยการเรียนรู้แบบโครงการเพื่อการเรียนรู้เป็นทีมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายพิน สีหรักษ์. (2551). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามหลักการเรียนรู้เป็นทีม เพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้เป็นทีม และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ประสานงานกลางการดำเนินงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. สำนักพัฒนากิจการนักเรียนนักศึกษาและกิจการพิเศษ, สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย. (2553). รายงานการพัฒนาค้นคว้าใหม่ มุ่งเน้นปัญหาที่เมืองไทยกำลังเผชิญอยู่ และ ความท้าทายของอนาคต. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ.
- Senge, P.M. (1994). The fifth discipline fieldbook. New York: Doubleday.
- Zarraga, C., and Garca-Falcon, J.M. (2003). Factors favoring knowledge management in work teams. Journal of Knowledge Management 7(2): 81-96.

