

แนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน :  
กรณีศึกษาวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรಥอผ้ากาวยอ ตำบลกาวยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

The Guideline for Marketing Improvement of the Community Enterprise:  
The Case Study of Mae Ban Kasettakorn's Kohyor Hand-Woven Fabric,  
Tambon Kohyor, Mueang District, Songkhla Province

ประภาพร แสงทอง<sup>1\*</sup>

Prapaporn Saengthong<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup>อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อ.เมือง จ.สงขลา 90000

<sup>1\*</sup>Lecturer Faculty of, Songkhla Rajabhat University, Muang, Songkhla. 90000

\*ผู้นิพนธ์ประสานงาน : หมายเลขอโทรศัพท์ 08-1277-0102 และ E-mail : prapaporn\_saengthong@yahoo.com

## บทคัดย่อ

งานวิจัย มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้ ประการแรก คือ ศึกษาสภาพการดำเนินงานปัจจุบัน ของวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรಥอผ้ากาวยอ ตำบลกาวยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประการที่สอง คือ วิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจฯ ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้วยวิธี SWOT analysis ประการที่สาม คือ วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าಥอ กาวยอ โดยเป็นการศึกษาแบบเจาะจงกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรಥอผ้ากาวยอ สำหรับวิธีการวิจัยเป็นการ วิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธี การสอบถาม การสัมภาษณ์กลุ่ม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกต แบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษาสภาพการดำเนินงานปัจจุบัน พบว่า วิสาหกิจฯ มีสมาชิกจำนวน 10 คน รวมตัวกันในการผลิต ลินค้าผ้าಥอกาวยอ มี 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าಥอกาวยอเป็นผืน และ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าಥอกาวยอ มีการดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดย ใช้สถานที่ คือ บ้านของประธาน ณ ตำบลกาวยอ ผลการวิเคราะห์การดำเนินงาน พบรุจัดอ่อนทางด้าน ตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ กรณีตราสินค้า ไม่สามารถแสดงเอกลักษณ์ ของตัวผลิตภัณฑ์ได้เลย นอกจากนั้น ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ก็ไม่สวยงาม ไม่สามารถดึงดูดลูกค้า และ ไม่สะท้อนความต้องการของลูกค้า โดยที่ฉลาก เป็นสติกเกอร์ และมีขนาดเล็ก สำหรับบรรจุภัณฑ์ คือ ใช้ถุงพลาสติกใส ในการส่งมอบสินค้า โดยบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นกล่อง ซึ่งมีความสวยงาม ไม่มีการนำมากใช้ เนื่องจากมีต้นทุน ในการผลิตสูงมาก สำหรับแนวทางพัฒนาทางการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค คือ ควร มี การปรับปรุง และพัฒนา ตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ให้มีลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของตัว ผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม สามารถดึงดูด ใจลูกค้า ให้ซื้อสินค้า และกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ นอกจากนั้น วิสาหกิจฯ ควร มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าಥอกาวยออย่างต่อเนื่อง และตลอดเวลา เพื่อให้ ตรงตามความต้องการของลูกค้า อย่างเป็นปัจจุบันที่สุด ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น คำสำคัญ : การตลาด ผลิตภัณฑ์ชุมชน วิสาหกิจผ้าಥอกาวยอ

## Abstract

The research objectives are: First, to study the current circumstance of Mae Ban Kasettakorn's Kohyor Hand-Woven Fabric, community enterprise. Second, to analyze the strength, weakness, opportunity and threat by SWOT analysis. Third, to determine the problems and perceive the improvement of the product to make Mae Ban Kasettakorn's Kohyor Hand-Woven Fabric, community enterprise better income. From the study of the current circumstance by focus group interview, in-depth interviews the community enterprise's leader, and the participatory observation. This local community enterprise has 10 members; their products were Kohyor Hand-Woven Fabric, and the Kohyor Hand-Woven Fabric modified products. They were selling the products by themselves at the leader's house in Kohyor island. The weakness of the community enterprises was a trademark, label, and the package. The trademark has not illustrated the identity of the product. We also found the product labeling and packaging are not prominent. Moreover the labels and package are not propriety. The improvement should be concern the new label, good trademark design, and implement a good looking of the packaging. In addition, this community enterprise should realize the advantage of the valuable labeling, good trademark, and appropriate packaging can increase products selling. The good trademark, label, and packages which are more attractive, eye catching, and modern good looking, these are the guidelines for marketing improvement of Mae Ban Kasettakorn's Kohyor Hand-Woven Fabric, community enterprise, to enhance the market distribution. And also the Kohyor Hand-Woven Fabric product should be continuously improving, fashionable, to make consumer more satisfaction.

**Keywords :** Marketing, community product, Kohyor hand-woven fabric local enterprise

## บทนำ

วิสาหกิจชุมชน เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนในชุมชน เพื่อมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของตัวสมาชิก และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยมีลักษณะที่มาร่วมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อประกอบการผลิต และการจัดจำหน่าย ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนนั้น ๆ เป็นการผลิตที่มีขนาดปานกลาง ด้านการบริหาร จัดการของวิสาหกิจฯ จึงมีความคล่องตัวสูง ด้านต้นทุนการดำเนินงาน ก็ไม่สูงเกินไป วิสาหกิจชุมชน จึงเป็นองค์กรที่มีบทบาท ในการเพิ่มรายได้ให้สมาชิก ชุมชน และประเทศชาติในที่สุด โดยเป็นลักษณะของการเพิ่มการจ้างงาน การลงทุน ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินภายในชุมชนเอง และภายในประเทศ จากความสำคัญที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า ถ้าวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจเล็ก ๆ มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ และเมื่อได้รับการส่งเสริม หรือการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จะส่งผลให้เศรษฐกิจภาพรวม ในระดับชุมชน หรือประเทศ เกิดการเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน (คณะกรรมการวิจัย, 2548) โดยที่ วิสาหกิจชุมชน มีรูปแบบการดำเนินงาน เช่นเดียวกับการประกอบธุรกิจ มีจุดมุ่งหมาย

สำคัญ คือ กำไร หรือผลตอบแทน เพื่อให้เกิดความอยู่รอดของกิจการ ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากกิจกรรมด้านนี้ มีบทบาทสำคัญต่อผู้ผลิต และผู้บริโภค ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาสินค้า การกระจายสินค้า และการส่งเสริมการตลาด นอกจากนั้นยังพบว่า ข้อมูลทางการตลาด มีความสำคัญ มีความจำเป็นอย่างยิ่ง และกิจกรรมทางการตลาดก็เช่นเดียวกัน มีความสำคัญในการดำเนินของวิชาหกิจฯ (เสรี วงศ์มณฑา, 2542, น.17) แต่ปัจจุบัน พบร่วมกับข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด หรือกิจกรรมทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่เพียงพอ (ณัฐพงศ์ ชาตา, 2546, บทคัดย่อ) หากว่าไม่มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด หรือการดำเนินกิจกรรมในลักษณะที่ไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน อาจจะส่งผลต่อวิชาหกิจฯ ทำให้ไม่สามารถที่จะดำรงคงอยู่ในระยะยาวได้ กรณีวิชาหกิจแม่บ้านเกษตรกร ทอผ้าทอเครื่อง ดำเนินการอย่าง เจาะเมือง จังหวัดส่งขลา ก็เช่นเดียวกัน มีความจำเป็นในการใช้กิจกรรมทางการตลาด ที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อสามารถสร้างภาพกำไร และสร้างรายได้เพิ่ม ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานมีความมั่นคง และยั่งยืน

ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของวิชาหกิจชุมชน จึงทำการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพของวิชาหกิจ โดยเป็นการเจาะจงศึกษา วิชาหกิจผ้าทอเครื่อง ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าทอเครื่อง เพื่อวิเคราะห์ หาแนวทางพัฒนาทางการตลาด ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพ ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเครื่อง ให้แก่ วิชาหกิจฯ สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อ ส่งผลต่อการเพิ่มยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำให้ วิชาหกิจฯ มีกำไร สามารถพึงตนเองได้ และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคม ในกระแสโลกาภิวัตน์ เกิดเป็นความมั่นคงที่ยั่งยืนของชุมชน นับได้ว่า เป็นการสอดรับกับปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียง จากการความสำคัญที่กล่าวข้างต้น การวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนา ทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเครื่อง ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าทอเครื่อง ดำเนินการอย่าง เจาะเมือง จังหวัดส่งขลา

## วัตถุประสงค์การวิจัย

- เพื่อทราบสภาพการดำเนินงาน ของวิชาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าทอเครื่อง
- เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิชาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าทอเครื่อง
- เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเครื่องของวิชาหกิจ แม่บ้านเกษตรกรทอผ้าทอเครื่อง

## วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ข้อมูลทั้งหมด เป็นเชิงคุณภาพ เริ่มจากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล จากการ วรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมากำหนดขอบเขต และวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่ง ข้อมูลที่เก็บจากพื้นที่ภาคสนาม ได้มาจากประชากร คือ วิชาหกิจชุมชนผ้าทอเครื่อง โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าทอเครื่อง ซึ่งประกอบด้วย ประธาน และสมาชิกที่มาร่วมตัว เป็นวิชาหกิจ ชุมชนผ้าทอเครื่อง มีจำนวนสิบคน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การสอบถาม ได้แก่ การ สัมภาษณ์กลุ่ม (focus group interview) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in depth interview) และการ

สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participatory observation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธี SWOT analysis เพื่อทราบ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของวิสาหกิจแม่บ้านเกณฑ์กรทอผ้าทอเคาย์ออย ต่อจากนี้จึงนำมาวิเคราะห์แนวทางพัฒนาทางการตลาดภาพรวม เป็นขั้นสุดท้าย แล้วจึงนำสรุปนำเสนอเป็นรายงานผลการวิจัย ในลักษณะการพรร威名 สำหรับวิธีวิจัย สามารถแสดงโดยกิจกรรมการวิจัยดังตารางที่ 1

### ตารางที่ 1 กิจกรรมการวิจัย

ลำดับ	กิจกรรม	สถานที่	ผู้เกี่ยวข้องรับผิดชอบ
1	ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สำรวจสภาพวิสาหกิจ และผลิตภัณฑ์ผ้าทอเคาย์ออย	ตำบลเคาย์ออย เมือง สกลนคร	ผู้จัด
2	สัมภาษณ์เชิงลึกประธาน และตัวแทนสมาชิก วิสาหกิจฯ	บ้านเลขที่ 5 หมู่ 3 ต.เคาย์ออย อ.เมือง จ.สกลนคร	ผู้จัด และ วิสาหกิจฯ
3	สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่	ต.เคาย์ออย อ.เมือง จ.สกลนคร	ผู้จัด
4	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจฯ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	ผู้จัด
5	วิเคราะห์แนวทางพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเคาย์ออย ของวิสาหกิจฯ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	ผู้จัด
6	สรุปแนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเคาย์ออย ของวิสาหกิจฯ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	ผู้จัด

### ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล

ปัจจุบันการดำเนินงาน ของวิสาหกิจแม่บ้านเกณฑ์กรทอผ้าเคาย์ออย ที่มาร่วมตัวเป็นกลุ่มทอผ้าเคาย์ออย มีรูปแบบการดำเนินงานในรูปของกลุ่ม ซึ่งมีความเข้มแข็ง เนื่องจากยึดหลักการดำเนินงานแบบเศรษฐกิจพอเพียง และไม่เน้นการทำกำไรสูง โดยมีการบริหารจัดการครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการผลิต ผ้าทอเคาย์ออย และแปรรูปสินค้าจากผ้าทอเคาย์ออย รวมทั้งมีการจัดจำหน่ายด้วยตัวเอง เช่นกัน โดยใช้สถานที่ในการจัดจำหน่าย ณ บ้านของประธานกลุ่ม ในด้านการผลิตจะใช้สถานที่ ณ บ้านของสมาชิกเอง เนื่องจากสมาชิกแต่ละคน มีการทอผ้าเคาย์ออยเป็นอาชีพเสริม เพื่อหารายได้เพิ่ม พบว่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจฯ ที่ดำเนินการผลิต และจัดจำหน่าย มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก ตั้งแต่ผ้าทอเป็นผืน และ ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากผ้าทอเคาย์ออย ได้แก่ หมอนอิง เสื่อผ้าสำเร็จรูป กระเบ้าถือ ผ้าพันคอ เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พนปัญหาด้านตลาด ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ ตลาดที่ใช้ไม่สวยงาม ไม่สามารถดึงดูดผู้ซื้อได้ มีสีไม่สอดคล้อง มีขนาดเล็ก

นอกจากนั้นตราสินค้า ก็ไม่นีจุดเด่น ไม่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้น้อยมาก โดยบรรจุสินค้าด้วยถุงพลาสติกใส ทำให้นำมาสู่การหาแนวทางในการพัฒนาทางการตลาด โดยที่วิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรพอร์ต้าเกะยอ ควรมีความตระหนักในการพัฒนา ตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดเป็นลักษณะที่ดึงดูดใจและสะดูดตา สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อผู้บริโภค ให้เกิดความอยากรู้ตัดสินใจซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำ นอกจากนั้นยังสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้ เช่น กัน ได้แก่ เป็นของขวัญ-ของฝากในช่วงเทศกาล หรือตามกระแสการรักท้องถิ่น และการนิยมใช้ของไทย ซึ่งจะส่งผลให้ยอดการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น กรณีมีการพัฒนาตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นการสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีทางด้านการตลาด ส่วนประเมินทางการตลาด รวมทั้งทฤษฎีทางด้านการออกแบบตรา ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ เป็นตัวกำหนดความสนใจของผู้บริโภค สินค้าจะขายดี หรือไม่ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ต้องดี มีคุณภาพ มีมาตรฐาน นอกจากนั้นความสวยงามของตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ จะมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นกัน (ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกร และนิทัศน์ คงวารรณ 2545, น.64-69)

สำหรับผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรพอร์ต้าเกะยอ สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 2 ดัง

## ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง	โอกาส
<ol style="list-style-type: none"> <li>มีการใช้วัตถุดิบที่มีมาตรฐาน ในการผลิต และสามารถทำได้ง่ายในท้องถิ่น</li> <li>สมาชิกมีความรู้ ตลอดจนมีประสบการณ์สูง ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และมีความสวยงามจึงเป็นที่ต้องการของลูกค้า</li> <li>เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ฝีมือ (hand made) ในการผลิต ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตลอดเวลา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพ สามารถพัฒนาไปสู่สินค้า OTOP ระดับสูงได้</li> <li>กลุ่มวิสาหกิจฯ ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ เช่น องค์กรนริหารส่วน ดำเนินการ  เป็นต้น</li> <li>ผู้บริโภค มีความนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ตามกระแสนิยม</li> </ol>
จุดอ่อน	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> <li>ฉลากไม่แสดงรายละเอียดข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ที่ครบถ้วน จึงไม่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้เลย</li> <li>ลักษณะตัวบรรจุภัณฑ์มีสภาพด้อย ไม่มีมูลค่า</li> <li>ตัวฉลาก และบรรจุภัณฑ์มองดูไม่สวยงามและไม่มีความคงทน</li> <li>เครื่องมือในการผลิตไม่ทันสมัย ส่งผลทำให้การผลิตล่าช้า และผลิตได้จำนวนน้อย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>กลุ่มลูกค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ ไม่ครอบคลุม ไม่กว้างขวาง</li> <li>วัตถุดิบบางชนิดมีราคาแพง และการสั่งซื้อยากทำให้บางครั้งขาดแคลนวัตถุดิบ</li> <li>ปริมาณเงินทุนหมุนเวียนมีไม่เพียงพอ</li> <li>สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ลึกเข้าไปจากถนนใหญ่มาก ทำให้ลูกค้าไม่สะดวกในการเดินทาง</li> </ol>

## สรุป

การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ พบว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของวิสาหกิจฯ ซึ่งมาร่วมตัวกัน เป็นวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะயอ มีการดำเนินงานที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตผ้าทอเกาะயอ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะயอ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แต่ปัญหาสำคัญที่พบคือ ฉลาก ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยที่ฉลากมีรูปแบบเป็นสติกเกอร์ ไม่สามารถแสดงรายละเอียดข้อมูล ส่วนประกอบ และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน รวมทั้งไม่มีความโดยเด่น เนื่องจากมีสีไม่สดใส มีขนาดเล็ก ( $3.5 \times 2.5$  เซนติเมตร) นอกจากนั้นตราสินค้าไม่มีจุดเด่น ไม่สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจนและมีการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้น้อยมาก โดยบรรจุสินค้าในถุงพลาสติกใส หรือถุงก้อนแก้วน เมื่อออกจากล่องกระดาษมีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงมาก จึงไม่มีการนำมาใช้ในการส่งมอบให้ลูกค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ผ้าทอเกาะຍอเป็นผืน รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอเกาะຍอ

แนวทางพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะຍอของวิสาหกิจฯ คือ ควรมีการปรับปรุงพัฒนาตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ให้มีลักษณะที่เหมาะสม ดีขึ้น เพื่อส่งผลให้ ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะน่าสนใจ และเด่นสะดุดตาเพิ่มขึ้น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้า ฉลาก บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทำให้ผู้บริโภคเห็นผลิตภัณฑ์แล้ว เกิดความอยากรู้ ตัดสินใจซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำ สำหรับตัวผลิตภัณฑ์ที่เข่นกัน วิสาหกิจฯควรทราบหากในการดำเนินการผลิต เพื่อได้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสวยงาม ตามกระแสความนิยม ขณะปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้มีการตอบรับจากลูกค้าเพิ่มขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการวิจัย. (2548). โครงการวิจัยและพัฒนาศักยภาพการผลิตการเกษตรและรูปแบบการตลาดเครื่อข่าย. กรุงเทพฯ ๑ : โครงการวิจัยเขตภาคกลาง.  
 ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกร และนิทัศน์ คณวรรรถ. (2545). การตลาด ๑ ตำบล ๑ ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ SME. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : ชีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).  
 ณัฐพงศ์ ชาดา. (2546). การดำเนินงานด้านการตลาดของเครือข่ายธุรกิจชุมชนในตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านໄ่ จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : งานวิจัย.  
 เสรี วงศ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ฮีโรฟิล์ม และ ไซเท็กซ์.  
 องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะຍอ, สำนักงาน. (2549). แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ.2551-2553). สงขลา : สำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะຍอ.