

แนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน :
กรณีศึกษาวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ตำบลเกาะยอ 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^{1*}

Prapaporn Saengthong^{1*}

^{1*}อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา อ.เมือง จ.สงขลา 90000

^{1*}Lecturer Faculty of, Songkhla Rajabhat University, Muang, Songkhla. 90000

^{*}ผู้พิมพ์ประสานงาน : หมายเลขโทรศัพท์ 08-1277-0102 และ E-mail : prapaporn_saengthong@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัย มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ดังนี้ ประการแรก คือ ศึกษาสภาพการดำเนินงานปัจจุบันของวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประการที่สอง คือ วิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจฯ ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้วยวิธี SWOT analysis ประการที่สาม คือ วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าทอเกาะยอ โดยเป็นการศึกษาแบบเจาะจงกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ สำหรับวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธี การสอบถาม การสัมภาษณ์กลุ่ม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษาสภาพการดำเนินงานปัจจุบัน พบว่า วิสาหกิจฯ มีสมาชิกจำนวน 10 คนรวมตัวกันในการผลิต สินค้าผ้าทอเกาะยอ มี 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอเป็นผืน และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอเกาะยอ มีการดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้สถานที่ คือ บ้านของประธาน ณ ตำบลเกาะยอ ผลการวิเคราะห์การดำเนินงาน พบจุดอ่อนทางด้านตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ กรณีตราสินค้า ไม่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ได้เลย นอกจากนั้น ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ก็ไม่สวยงาม ไม่สามารถดึงดูดลูกค้า และไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภค โดยที่ฉลาก เป็นสติ๊กเกอร์ และมีขนาดเล็ก สำหรับบรรจุภัณฑ์ คือ ใช้ถุงพลาสติกใสในการส่งมอบสินค้า โดยบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นกล่อง ซึ่งมีความสวยงาม ไม่มีการนำมาใช้ เนื่องจากมีต้นทุนในการผลิตสูงมาก สำหรับแนวทางการพัฒนาทางการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค คือ ควรมีการปรับปรุง และพัฒนา ตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ให้มีลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม สามารถดึงดูด จูงใจลูกค้า ให้ซื้อสินค้า และกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ นอกจากนั้น วิสาหกิจฯ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยออย่างต่อเนื่อง และตลอดเวลา เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อย่างเป็นปัจจุบันที่สุด ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ : การตลาด ผลิตภัณฑ์ชุมชน วิสาหกิจผ้าทอเกาะยอ

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 โดยมีลักษณะที่มารวมตัวกันเป็นกลุ่ม เพื่อประกอบการผลิต และการจัดจำหน่าย ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนนั้น ๆ เป็นการผลิตที่มีขนาดปานกลาง ด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจฯ จึงมีความคล่องตัวสูง ด้านต้นทุนการดำเนินงาน ก็ไม่สูงเกินไป วิสาหกิจชุมชน จึงเป็นองค์กรที่มีบทบาท ในการเพิ่มรายได้ให้สมาชิก ชุมชน และประเทศชาติในที่สุด โดยเป็นลักษณะของการเพิ่มการจ้างงาน การลงทุน ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินภายในชุมชนเอง และภายในประเทศ จากความสำคัญที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า ถ้าวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจเล็ก ๆ มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ และเมื่อได้รับการส่งเสริม หรือการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จะส่งผลให้เศรษฐกิจภาพรวม ในระดับชุมชน หรือประเทศ เกิดการเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน (คณะนักวิจัย, 2548) โดยที่ วิสาหกิจชุมชน มีรูปแบบการดำเนินงาน เช่นเดียวกับการประกอบธุรกิจ มีจุดมุ่งหมาย

สำคัญ คือ กำไร หรือผลตอบแทน เพื่อให้เกิดความอยู่รอดของกิจการ ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากกิจกรรมด้านนี้ มีบทบาทสำคัญต่อผู้ผลิต และผู้บริโภค ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาสินค้า การกระจายสินค้า และการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่า ข้อมูลทางการตลาด มีความสำคัญ มีความจำเป็นอย่างยิ่ง และกิจกรรมทางการตลาดก็เช่นเดียวกัน มีความสำคัญในการดำเนินของวิสาหกิจฯ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, น.17) แต่ปัจจุบัน พบว่าข้อมูลเกี่ยวข้องกับการตลาด หรือกิจกรรมทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน มีไม่เพียงพอ (ณัฐพงศ์ ชาทา, 2546, บทคัดย่อ) หากว่าไม่มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด หรือการดำเนินกิจกรรมในลักษณะที่ไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน อาจส่งผลต่อวิสาหกิจฯ ทำให้ไม่สามารถที่จะดำรงคงอยู่ในระยะยาวได้ กรณีวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกร ทอผ้าเกาะยอ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ก็เช่นเดียวกัน มีความจำเป็นในการใช้กิจกรรมทางการตลาด ที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อสามารถแสวงหาผลกำไร และสร้างรายได้เพิ่ม ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานมีความมั่นคง และยั่งยืน

ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของวิสาหกิจชุมชน จึงทำการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจฯ โดยเป็นการเจาะจงศึกษา วิสาหกิจผ้าทอเกาะยอ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางพัฒนาทางการตลาด ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพ ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ เพื่อให้วิสาหกิจฯ สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อ ส่งผลต่อการเพิ่มยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำให้วิสาหกิจฯ มีกำไร สามารถพึ่งตนเองได้ และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคม ในกระแสโลกาภิวัตน์ เกิดเป็นความมั่นคงที่ยั่งยืนของชุมชน นับได้ว่าเป็นการสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากความสำคัญที่กล่าวข้างต้น การวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบสภาพการดำเนินงาน ของวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ
2. เพื่อทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอของวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ข้อมูลทั้งหมดเป็นเชิงคุณภาพ เริ่มจากการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล จากงานวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมากำหนดขอบเขต และวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งข้อมูลที่เก็บจากพื้นที่ภาคสนาม ได้มาจากประชากร คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะยอ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ซึ่งประกอบด้วย ประธาน และสมาชิกที่มารวมตัว เป็นวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะยอ มีจำนวนสิบคน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การสอบถาม ได้แก่ การสนทนากลุ่ม (focus group interview) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in depth interview) และการ

สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participatory observation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธี SWOT analysis เพื่อทราบ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ต่อจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์แนวทางพัฒนาทางการตลาดภาพรวม เป็นขั้นสุดท้าย แล้วจึงนำเสนอเป็นรายงานผลการวิจัย ในลักษณะการพรรณนา สำหรับวิธีวิจัย สามารถแสดงโดยกิจกรรมการวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กิจกรรมการวิจัย

ลำดับ	กิจกรรม	สถานที่	ผู้เกี่ยวข้อง รับผิดชอบ
1	ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สํารวจสภาพวิสาหกิจ และผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ	ตำบลเกาะยอ เมือง สงขลา	ผู้วิจัย
2	สัมภาษณ์เชิงลึกประธาน และตัวแทนสมาชิก วิสาหกิจฯ	บ้านเลขที่ 5 หมู่ 3 ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา	ผู้วิจัย และ วิสาหกิจฯ
3	สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่	ต.เกาะยอ อ.เมือง จ.สงขลา	ผู้วิจัย
4	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจฯ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	ผู้วิจัย
5	วิเคราะห์แนวทางพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ ของวิสาหกิจฯ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	ผู้วิจัย
6	สรุปแนวทางการพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ ของวิสาหกิจฯ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา	ผู้วิจัย

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล

ปัจจุบันการดำเนินงาน ของวิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ที่มารวมตัวเป็นกลุ่มทอผ้าเกาะยอ มีรูปแบบการดำเนินงานในรูปของกลุ่ม ซึ่งมีความเข้มแข็ง เนื่องจากยึดหลักการดำเนินงานแบบเศรษฐกิจพอเพียง และไม่เน้นการทำกำไรสูง โดยมีการบริหารจัดการครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการผลิตผ้าทอเกาะยอ และแปรรูปสินค้าจากผ้าทอเกาะยอ รวมทั้งมีการจัดจำหน่ายด้วยตัวเองเช่นกัน โดยใช้สถานที่ในการจัดจำหน่าย ณ บ้านของประธานกลุ่ม ในด้านการผลิตจะใช้สถานที่ ณ บ้านของสมาชิกเอง เนื่องจากสมาชิกแต่ละคน มีการทอผ้าเกาะยอเป็นอาชีพเสริม เพื่อหารายได้เพิ่ม พบว่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจฯ ที่ดำเนินการผลิต และจัดจำหน่าย มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก ตั้งแต่ผ้าทอเป็นผืน และผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากผ้าทอเกาะยอ ได้แก่ หมอนอิง เสื้อผ้าสำเร็จรูป กระเป๋าถือ ผ้าพันคอ เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบปัญหาด้านฉลาก ตราลินค้า และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ ฉลากที่ใช้ไม่สวยงาม ไม่สามารถดึงดูดผู้ซื้อได้ มีสีไม่สะดุดตา มีขนาดเล็ก

นอกจากนั้นตราสินค้า ก็ไม่มีจุดเด่น ไม่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้น้อยมาก โดยบรรจุสินค้าด้วยถุงพลาสติกใส ทำให้นำมาสู่การหาแนวทางในการพัฒนาทางการตลาด โดยที่วิสาหกิจแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ ควรมีความตระหนักในการพัฒนา ตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดเป็นลักษณะที่ดึงดูดใจและสะดุดตา สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อผู้บริโภค ให้เกิดความอยากซื้อตัดสินใจซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำ นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้เช่นกัน ได้แก่ เป็นของขวัญ-ของฝากในช่วงเทศกาล หรือตามกระแสการรักท้องถิ่น และการนิยมใช้ของไทย ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น กรณีมีการพัฒนาตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเป็นการสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด รวมทั้งทฤษฎีทางการออกแบตรา ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ เป็นตัวกำหนดความสนใจของผู้บริโภค สินค้าจะขายดี หรือไม่ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ มีมาตรฐาน นอกจากนี้ความสวยงามของตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ จะมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นกัน (ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกร และ นิต์ศน์ คณะวรรณ 2545, น.64-69)

สำหรับผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 2 คือ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง	โอกาส
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการใช้วัตถุดิบที่มีมาตรฐาน ในการผลิต และสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น 2. สมาชิกมีความรู้ ตลอดจนมีประสบการณ์สูง ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และมีความสวยงามจึงเป็นที่ต้องการของลูกค้า 3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ฝีมือ (hand made) ในการผลิต ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตลอดเวลา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพ สามารถพัฒนาไปสู่สินค้า OTOP ระดับสูงได้ 2. กลุ่มวิสาหกิจฯ ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ เป็นต้น 3. ผู้บริโภคมีความนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น ตามกระแสนิยม
จุดอ่อน	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> 1. ฉลากไม่แสดงรายละเอียดข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วน จึงไม่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้เลย 2. ลักษณะตัวบรรจุภัณฑ์มีสภาพด้อย ไม่มีมูลค่า 3. ตัวฉลาก และบรรจุภัณฑ์มองดูไม่สวยงามและไม่มีความคงทน 4. เครื่องมือในการผลิตไม่ทันสมัย ส่งผลทำให้การผลิตล่าช้า และผลิตได้จำนวนน้อย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มลูกค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ ไม่ครอบคลุม ไม่กว้างขวาง 2. วัตถุดิบบางชนิดมีราคาแพง และการสั่งซื้อยาก ทำให้บางครั้งขาดแคลนวัตถุดิบ 3. ปริมาณเงินทุนหมุนเวียนมีไม่เพียงพอ 4. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ลึกเข้าไปจากถนนใหญ่มาก ทำให้ลูกค้าไม่สะดวกในการเดินทาง

สรุป

การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ พบว่า สภาพปัจจุบันของการดำเนินงานของวิสาหกิจฯ ซึ่งมารวมตัวกัน เป็นวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะยอ มีการดำเนินงานที่ครบวงจร ตั้งแต่การผลิตผ้าทอเกาะยอ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แต่ปัญหาสำคัญที่พบคือ ฉลาก ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยที่ฉลากมีรูปแบบเป็นสติ๊กเกอร์ ไม่สามารถแสดงรายละเอียดข้อมูล ส่วนประกอบ และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ครบถ้วน รวมทั้งไม่มีความโดดเด่น เนื่องจากมีสีไม่สดใส มีขนาดเล็ก (3.5 x 2.5 เซนติเมตร) นอกจากนี้ตราสินค้าไม่มีจุดเด่น ไม่สามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ได้ชัดเจนและมีการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้้น้อยมาก โดยบรรจุสินค้าในถุงพลาสติกใส หรือถุงก๊อบแก๊บ เนื่องจากกล่องกระดาษมีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงมาก จึงไม่มีการนำมาใช้ในการส่งมอบให้ลูกค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ผ้าทอเกาะยอเป็นผืน รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอเกาะยอ

แนวทางพัฒนาทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอเกาะยอของวิสาหกิจฯ คือ ควรมีการปรับปรุงพัฒนาตราสินค้า ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ ให้มีลักษณะที่เหมาะสม ดีไซน์ เพื่อส่งผลให้ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะน่าสนใจ และเด่นสะดุดตาเพิ่มขึ้น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้า ฉลาก บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทำให้ผู้บริโภคเห็นผลิตภัณฑ์แล้ว เกิดความอยากซื้อ ตัดสินใจซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำ สำหรับตัวผลิตภัณฑ์ก็เช่นกัน วิสาหกิจฯควรตระหนักในการดำเนินการผลิต เพื่อได้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะสวยงาม ตามกระแสความนิยม ขณะปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้มีการตอบรับจากลูกค้าเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- คณะนักวิจัย. (2548). **โครงการวิจัยและพัฒนาศักยภาพการผลิตการเกษตรและรูปแบบการตลาด**
เครือข่าย. กรุงเทพฯ ๑ : โครงการวิจัยเขตภาคกลาง.
- ชูศักดิ์ เศษเกียรียงไกร และนิทัศน์ คณะวรรณ. (2545). **การตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ**
SME. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ณัฐพงศ์ ชาดา. (2546). **การดำเนินงานด้านการตลาดของเครือข่ายธุรกิจชุมชนในตำบลบ้านลาน**
อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : งานวิจัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และ**
ไซเท็กซ์.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ, สำนักงาน. (2549). **แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ.2551-2553). สงขลา**
: สำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ.