บทที่3
การดำเนินงานของธุรกิจผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้าย

3.1 **การสร้างนวัตกรรม** (Innovation)

นวัตกรรมหมายถึง การแสวงหาลู่ทางใหม่ส่วนผสมใหม่ภายใต้กรอบความคิดใหม่ๆ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าเพิ่มแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคนวัตกรรม เป็นการสร้างความแตกต่าง (differentiation) ของสินค้าและบริการ ที่ผู้ประกอบการ SMEs ใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันโดยเน้นประโยชน์ และมีคุณค่าเพิ่มแก่ผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถขายสินค้าของตนได้ในราคาสูง นอกจากนี้เงื่อนไขในการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ที่จะประสบความสำเร็จมี 3 ประการ ได้แก่

1. จะต้องสร้างนวัตกรรมขึ้นมาจากความรู้ ความช่างคิด และยังต้องมีความพยายามและความอดทนสูง
2. จะต้องสร้างนวัตกรรมขึ้นมาจากจุดเด่นของตนเอง
3. จะต้องสร้างนวัตกรรมที่ใกล้ชิดกับตลาดอยู่เสมอ

ทั้งนี้ในการสร้างสินค้าให้มีนวัตกรรม ควรมียุทธศาสตร์ที่โดดเด่น คือมีวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างโดยการสร้างนวัตกรรมมุ่งเน้นประโยชน์และคุณค่าเพิ่มของผู้บริโภคที่ทำให้สามารถขายสินค้าในราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง โดยมีเป้าหมายทางการสร้างตลาดหลายๆ ตลาด ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการต้องสร้างความแตกต่างและความหลากหลายให้ชัดเจน ดังนั้นการสร้างกลยุทธ์จากนวัตกรรมต้องมีต้นทุน รวมทั้งค่าใช้จ่าย ซึ่งนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน นั่นคือ ตัวผลิตภัณฑ์ต้องสามารถสร้างประโยชน์นานเท่าที่ผู้บริโภคพอใจที่ได้รับคุณค่าเพิ่มจากนวัตกรรมนั้น

ในปัจจุบันได้มีการรณรงค์ในการนำเอาเศษวัสดุเหลือใช้ต่างๆ มาผลิตเป็นตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างหรือก่อให้เกิดมูลค่า อาทิเช่น กระป๋องพลาสติกใช้แล้ว ขวดน้ำดื่ม กระป๋องน้ำอัดลม เศษกระดาษจากหนังสือต่างๆ และเศษผ้า โดยมีการนำเอาเศษวัสดุเหลือใช้ต่างๆ เหล่านี้มาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า ก่อให้เกิดประโยชน์ และยังสร้างมูลค่าได้อีกด้วย อาทิเช่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

1. การนำเอากระป๋องน้ำอัดลมเปล่าซึ่งส่วนใหญ่จะถูกโยนทิ้ง หรือหากนำไปขาย จะมีราคาประมาณ 30-40 บาท/กิโลกรัม แต่มีผู้ที่สามารถนำสิ่งดังกล่าวมาสร้างสรรค์เป็นผลงานทางความคิดสร้างมูลค่าได้อย่างมากมาย ดังเช่น การนำมาสร้างเป็นรถเวสป้าจำลอง ซึ่งใช้ระยะเวลาในการผลิต 1 – 2 วัน ใช้กระป๋องเปล่าประมาณ 4 – 8 กระป๋องต่อรถ 1 คัน ราคาขายอยู่ที่คันละ 450 – 900 บาท ซึ่งนับว่าเป็นการสร้างมูลค่าอย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งยังมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อย่างน่าสนใจ

2. การนำขวดน้ำพลาสติกที่ใช้แล้วมาผลิตเป็นโคมไฟ ขวดพลาสติกหรือขวดน้ำดื่มที่ใช้แล้วหากนำไปขาย จะมีราคาประมาณ 3 – 6 บาท/กิโลกรัม แต่มีคนนำขวดเปล่าเหล่านั้นมาสร้างสรรค์ โดยประดิษฐ์เป็นโคมไฟ ซึ่งจะใช้ขวดประมาณ 5 – 10 ใบ ใช้ระยะเวลา 1 วัน สามารถทำโคมไฟที่สวยงามขายได้ในราคา 150 – 300 บาท

3. การนำเศษวัสดุอื่นๆ มาผลิตเป็นสินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้ประโยชน์ และสร้างราคาได้ เช่น การนำเอากล่องหรือขวดนมมาผลิตเป็นหมวก การนำกล่องขนมมาผลิตเป็นกรอบรูป และการนำเศษกระดาษมาผลิตเป็นของชำร่วย เป็นต้น สำหรับเศษผ้าต่างๆ ที่ได้มาจากการตัดเย็บเสื้อผ้าก็เป็นอีกหนึ่งวัตถุดิบเหลือใช้ ที่น่าสนใจและสามารถนำมาดัดแปลงเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าได้ จึงได้มีการนำเอาเศษผ้าต่างๆ ไปคิดค้นเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมาแทนที่เศษผ้าที่ไร้ราคา เช่น การนำเศษผ้าไปทำพรมเช็ดเท้า การนำเศษผ้าไปประกอบเป็นเสื้อผ้าที่ได้ลวดลายสวยงาม ไม่ซ้ำแบบ การนำเศษผ้าไปทำเป็นดอกไม้ หรือ การนำเศษผ้าไปตกแต่งกรอบรูป เป็นต้น

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เกิดแนวความคิดในการทำผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมขึ้นมาโดยใช้วัสดุที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นเศษวัสดุที่ดูเหมือนไม่มีมูลค่า หากแต่สามารถที่จะนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้ จึงเป็นที่มาในการคิดประดิษฐ์กระเป๋าที่ทำขึ้นมาจากเศษผ้าฝ้าย หากผู้ผลิตมีศักยภาพสามารถผลิตกระเป๋าที่ทำจากผ้าฝ้ายได้ในต้นทุนที่ต่ำ โดยใช้เศษผ้าฝ้ายที่มีอยู่เป็นจำนวนมากและไม่ขาดแคลน สร้างความแปลกใหม่ สร้างความแตกต่าง (differentiation) ของสินค้า สร้างจุดเด่นในตัวเอง รวมทั้งใช้แรงงานที่มีทักษะและประสบการณ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ มีคุณภาพสวยงามและแปลกใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดสินค้าที่มีนวัตกรรมได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3.2 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้าย

การผลิตสินค้าหรือบริการในปัจจุบัน ต้องคำนึงถึงการสร้างสินค้าที่สามารถทำการแข่งขันทางการตลาดกับผู้ค้ารายอื่นๆ ได้ การสร้างตัวผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวความคิด Value creation นั้น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเพื่อก้าวสู่การแข่งขันระดับประเทศได้ ดังนั้น ในการสร้างหรือผลิตสินค้า ควรคำนึงถึงคุณภาพ รูปลักษณะ วัตถุดิบ ประสิทธิภาพการผลิต รวมทั้งขั้นตอนในการผลิต จึงจะได้สินค้าที่มีคุณภาพ โดยจะเน้นที่เอกลักษณ์ และความโดดเด่นเฉพาะตัว การดัดแปลงความคิดสร้างสรรค์ อันจะก่อให้เกิดสินค้านวัตกรรมขึ้นมาได้ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจสามารถขายสินค้าได้โดยไม่มีการตัดราคาขาย สามารถจัดจำหน่ายได้มากขึ้น และสามารถสร้างโอกาสในการแข่งขันที่สูงกว่าผู้ผลิตรายอื่นทั่วไปได้

การนำเศษวัสดุเหลือใช้มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นแนวความคิด Value creation โดยสามารถสร้างมูลค่าจากเศษวัสดุเหลือใช้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเศษผ้าฝ้ายมาผลิตเป็นกระเป๋าเพื่อจำหน่าย ก่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบใหม่ ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และมีราคาไม่แพง ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น แต่กำลังการผลิตในแหล่งผลิตยังมีน้อย ส่วนใหญ่มีเพียงชาวบ้านหรืออุตสาหกรรมเล็กๆ ในครัวเรือนเป็นผู้ผลิต ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด และยังไม่สามารถควบคุมมาตรฐานการผลิตได้ ดังนั้น หากได้มีการลงทุนในการผลิตกระเป๋าที่ทำมาจากผ้าฝ้าย โดยการตั้งโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐาน มีการออกแบบที่ทันสมัย มีกำลังการผลิตที่เพียงพอกับความต้องการของตลาด จะทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอน อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานและรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีชื่อเสียงในด้านสินค้าหัตถกรรม ของฝากและของที่ระลึก นอกจากนี้แล้วยังมีอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง คืออุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากผ้าฝ้าย และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าฝ้าย ซึ่งในปัจจุบันมีการผลิตและการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะมีเศษผ้าเหลือเป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตมักไม่ได้นำเศษผ้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ แต่จะนำไปจำหน่ายในราคาถูกแก่พ่อค้าเร่ ซึ่งจริงๆ แล้ว เศษผ้าเหล่านี้ สามารถนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าได้ เช่น กระเป๋า หมวก ตุ๊กตา รองเท้า เป็นต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจ ส่งผลให้เกิดความต้องการในตลาดเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของกระเป๋าที่ทำจากเศษผ้าฝ้ายเป็นจำนวนมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จึงนำไปสู่การลงทุนในกิจการการผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้าย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยในระยะเริ่มต้นของธุรกิจผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายนั้น ได้แบ่งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ออกเป็นขนาดต่าง ๆ กัน 3 ขนาด คือ ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยลักษณะของชิ้นงานแต่ละชิ้นจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นั่นคือ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าในรูปแบบหนึ่ง จะมีการตกแต่งที่ไม่ซ้ำกัน เพราะการประกอบกระเป๋าขึ้นมาในแต่ละใบนั้น จะใช้เศษผ้าในลวดลายที่ต่างกันมาตกแต่งกระเป๋า จึงทำให้เป็นจุดเด่นเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากเศษผ้าฝ้าย

รูปภาพที่ 3.1 :แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายขนาดกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 3.2 :แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายขนาดใหญ่

รูปภาพที่ 3.3 :แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายขนาดเล็กและขนาดกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 3.4 :แสดงตัวอย่างการตกแต่งกระเป๋าในลวดลายต่าง ๆ โดยเศษผ้าฝ้าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ลักษณะเด่นของกระเป๋าแต่ละใบ จะมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของลวดลาย สีสันและขนาดของผลิตภัณฑ์ สำหรับผ้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เป็นเศษผ้าฝ้ายที่มีสีสันและลวดลายต่างๆ ซึ่งผู้ผลิตได้ผลิตเป็นตัวอย่างไว้ให้ลูกค้าเลือกตามความพอใจ หรืออาจมาจากการที่ลูกค้าได้ออกแบบมาเอง

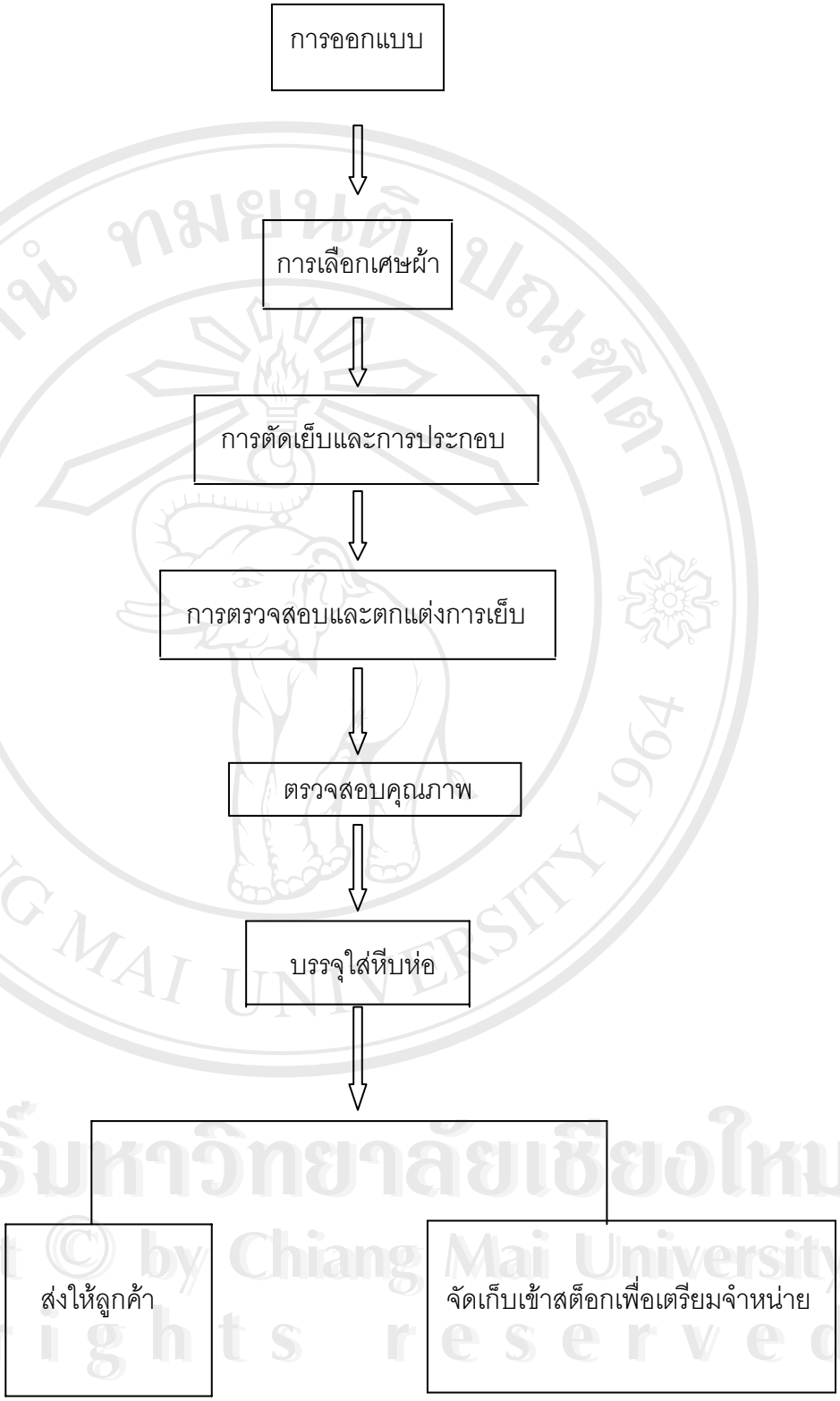
สินค้าเหล่านี้จะมีการปรับเปลี่ยนตามความต้องการของตลาดทุกปี และเนื่องจากความต้องการของตลาดมีตลอดทั้งปี ดังนั้นกิจการประเภทนี้จะต้องมีความพร้อมในด้านเงินทุน หมุนเวียน วัตถุดิบ แรงงาน และการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด จะต้องมีการวางแผนล่วงหน้าทางการตลาด การจัดหาวัตถุดิบ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการประสานงานระหว่างกิจการกับหน่วยงานของภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กรมสรรพากร กรมส่งเสริมการส่งออก และอื่น ๆ เพื่อขอความช่วยเหลือเพื่อพัฒนากิจการต่อไป

3.3 กระบวนการผลิต

ข้อมูลที่นำเสนอเป็นข้อมูลของการศึกษาความเป็นไปได้ของการประกอบธุรกิจผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้าย โดยมีโรงงานผลิตตั้งอยู่ที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เหตุผลที่เลือกอำเภอสันกำแพงจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่ตั้ง เนื่องจากอำเภอสันกำแพงเป็นแหล่งส่งเสริมงานหัตถกรรมที่สำคัญของจังหวัด และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญมีคนจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ต้องเดินทางเข้าออกในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทางบริษัทสามารถนำเสนอและหาตลาดได้ง่าย ลักษณะของกิจการเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งปลีกและส่งให้กับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และรับผลิตตามคำสั่งซื้อของกิจการต่าง ๆ ที่ต้องการสินค้าเพื่อแจกหรือจำหน่ายในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ด้วย

การดำเนินงานของการผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้าย มีการผลิตเป็นขั้นตอนต่างๆ โดยแยกการผลิตออกเป็นส่วนๆ อย่างชัดเจน คือ การออกแบบโดยผู้ชำนาญการ การเลือกเศษผ้า การตัดเย็บและประกอบ การตรวจสอบและตกแต่งการเย็บ ตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ บรรจุใส่หีบห่อ การส่งให้ลูกค้าหรือจัดเก็บเข้าสต็อกเพื่อเตรียมจำหน่าย โดยสามารถแสดงขั้นตอนการผลิตดังกล่าวตามแผนภาพ ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปภาพที่ 3.5 :แสดงขั้นตอนของกระบวนการผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

กระบวนการผลิต แบ่งออกเป็นดังนี้

1. การผลิตกระเป๋า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 การรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ในกรณีนี้กิจการจะได้รับคำสั่งซื้อพร้อมรูปแบบกระเป๋าจากลูกค้า ซึ่งกิจการจะผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อเพียงอย่างเดียว โดยจะต้องผลิตให้ถูกต้องตามแบบที่ลูกค้าต้องการ

1.2 การออกแบบกระเป๋าสำหรับจำหน่ายภายในร้าน เป็นการออกแบบกระเป๋าในรูปแบบใหม่ๆ แปลกๆ เพื่อจำหน่ายโดยเฉพาะ กิจการจะศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาด โดยการออกแบบสร้างสรรค์เองในรูปแบบใหม่ หรือ อาจดูได้จากรูปแบบกระเป๋าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า กรณีนี้กิจการจะผลิตสินค้าออกมาในปริมาณที่ไม่มากนัก เนื่องจากจะต้องดูความต้องการของตลาดในระยะแรกก่อน ว่าตลาดมีการตอบสนองในทิศทางใด รูปแบบเป็นที่สนใจหรือไม่ จำหน่ายได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงในการขาดทุน

2. การเลือกเศษผ้าฝ้าย กิจการจะเลือกเศษผ้าฝ้ายทั้งชิ้นใหญ่และชิ้นเล็ก ไปผลิตและประกอบเป็นกระเป๋าตามรูปแบบที่ได้ออกแบบไว้แล้ว สำหรับสีของเศษผ้าฝ้ายสามารถใช้ได้ทุกสี เนื่องจากเป็นเศษผ้าที่ได้จากการผลิตเสื้อผ้าฝ้ายที่มีสีสันเป็นที่นิยมของตลาดอยู่แล้ว จึงไม่มีปัญหาในการเลือกสีของเศษผ้าแต่อย่างใด

3. การตัดเย็บและการประกอบ จะแบ่งงานให้พนักงานแต่ละคนทำตามความถนัด

4. ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ เป็นการตรวจสอบความเรียบร้อยและคุณภาพในการตัดเย็บ รวมถึงการตรวจสอบว่ากระเป๋าที่ผลิตได้นั้น มีรูปแบบตรงตามคำสั่งซื้อของลูกค้าหรือไม่

5. การนำสินค้าออกจำหน่าย

5.1 กรณีรับคำสั่งซื้อ กิจการจะจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าภายในเวลาที่กำหนด

5.2 กรณีผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายเอง จะนำสินค้าไปจัดเรียงสินค้าเพื่อจำหน่ายภายในร้านต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 การส่งเสริมการตลาด

สำหรับการขายปลีกของธุรกิจผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายนั้น จะทำการส่งเสริมการขายโดยการจัดช่วงลดราคาสินค้าในทุกรอบปี และยังมอบส่วนลดหรือของกำนัลแก่ลูกค้าในกรณีที่ซื้อสินค้าครบตามมูลค่าที่ตั้งไว้ อีกทั้งยังได้มีการนำสินค้าเข้าขอแบรนด์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยหลักเกณฑ์เบื้องต้นในการขอแบรนด์เชียงใหม่นั้นคือ ตัวสินค้าต้องบ่งบอกถึงความเป็นไทย เป็นงานหัตถกรรมที่แสดงถึงวัฒนธรรมทางพื้นเมือง ตัวสินค้าต้องมีคุณภาพ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สวยงามตามแบบศิลปวัฒนธรรมไทย และสามารถใช้ประโยชน์ได้ตามคุณสมบัติของตัวสินค้าอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีวิธีการทางการตลาดอื่นๆ ที่ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. เน้นการโฆษณาสื่อสาร เน้นการให้ข่าวสารและมุ่งสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะลูกค้าต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึงประโยชน์และความแตกต่างของสินค้า เป็นการโน้มน้าวและชักจูงลูกค้าให้ซื้อสินค้า ซึ่งกิจการจะทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น การโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง หรือทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และนิตยสารด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ส่งเสริมการทำวิจัย (conduct research) ทุกกิจกรรมทางการตลาด ถ้าสามารถทำวิจัยได้ด้วย ก็จะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับตราสินค้า ซึ่งจะได้รับจากการทำกิจกรรมทางการตลาดเพราะลูกค้าและผู้คาดหวังเป้าหมาย ต่างก็มาอยู่ที่งานกิจกรรมนั้นแล้ว ดังนั้นนักการตลาดจึงไม่ต้องไปเสียค่าใช้จ่ายซ้ำซ้อนในการทำวิจัยอีกครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการทำวิจัยสินค้าใหม่ วิจัยตลาด หรือแม้แต่การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคเองก็ตาม ก็สามารถทำวิจัยงานกิจกรรมเหล่านั้นได้เลย

3. ต้องเป็นกิจกรรมที่อยู่ในกระแสความนิยม (current issue) การเลือกพิจารณาในการทำกิจกรรมทางการตลาด ต้องคำนึงถึงกระแสความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ และยิ่งถ้ากระแสนิยมในเรื่องนั้นๆ เกี่ยวข้องกับสินค้าด้วยก็จะยิ่งดีเพราะจะเป็นการช่วยเพิ่มและเร่งให้เกิดคุณค่ากับตราสินค้าได้มากขึ้น

4. สามารถสร้างความสนใจได้ (command attention) กิจกรรมทางการตลาดต้องสามารถสร้าง และกำหนดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และบุคคลทั่วไปได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะรายละเอียด และโปรแกรมของงานกิจกรรมทางการตลาด จะต้องผ่านการคัดเลือก สร้างสรรค์และวางแผนอย่างพิถีพิถัน และรอบคอบเพื่อมุ่งหวังให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5. ควรมีกิจกรรมอื่นๆ เสริม (cutting edge service) การจัดงานกิจกรรมทางการตลาดควรเพิ่มกิจกรรมของตราสินค้าที่นอกเหนือจากการทำกิจกรรมทางการตลาดไว้ด้วย เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกับตราสินค้า เพราะยิ่งนักการตลาดสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมต่างๆ ได้มากเท่าไหร่ ก็ยิ่งทำให้ลูกค้าและผู้คาดหวังเป้าหมายของตราสินค้าเกิดความสัมพันธ์และผูกพันกับตราสินค้ามากขึ้นเท่านั้น

6. มีความสะดวกสบาย (convenience) การทำกิจกรรมทางการตลาดที่ดีจะต้องอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกสบาย หาง่าย และยิ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยก็จะยิ่งได้รับการตอบรับจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เพราะไม่มีลูกค้าหรือผู้คาดหวังและกลุ่มเป้าหมายคนใดที่ไม่ชอบความสะดวกสบาย

3.5 กลยุทธ์และการวางแผนการตลาด

การสร้างกลยุทธ์และการวางแผนทางการตลาดนั้นมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการแจ้งข่าวสารการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ออกใหม่ ทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์และตราสินค้า ให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพ และการออกแบบที่ทันสมัย เป็นที่ต้องการของตลาดลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นการจำหน่ายแบบขายส่งให้แก่ลูกค้าต่างประเทศ โดยไม่ผ่านคนกลาง ซึ่งมีการตลาด ช่องทางการจำหน่าย และนำเสนอสินค้า ดังนี้

1. นำเสนอสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต เนื่องจากกิจการได้จัดทำ Web site ในการนำเสนอสินค้า ซึ่งเข้าถึงลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งนอกจากจะเป็นการนำเสนอสินค้าแล้ว ลูกค้ายังสามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

2. นำเสนอสินค้าผ่านนิตยสารประเภทการท่องเที่ยว เนื่องจากลักษณะเด่นของสินค้าส่วนใหญ่ จะนำวัตถุดิบประเภทผ้าฝ้าย ผสมผสานกับลวดลายและวัฒนธรรมทางภาคเหนือ จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ได้มาเลือกซื้อสินค้า

3. พัฒนาและเน้นคุณภาพสินค้า เพื่อนำสินค้าเข้าร่วมคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในระดับ 5 ดาว รวมทั้งขอตราสัญลักษณ์สินค้าของจังหวัด (Chiangmai Brand) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในคุณภาพสินค้า

4. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและให้ความร่วมมือในด้านต่างๆ แก่ทางภาครัฐ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้เป็นที่รู้จักของตลาดอีกทางหนึ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved