

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ของกลุ่มฮักงานผ้า
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

Product Development and Online Marketing Expansion for HUG NGAN
PHA Group, Nai Mueang Subdistrict, Mueang District,
Nakhon Phanom Province

นิสากร พุทธวงศ์¹ คงฤทธิ์ รีวงศ์² และ รัตนา สุวรรณทิพย์^{3*}

Nisakorn Phutthawong¹ Kongrit Ri Wong² and Rattana Suwannatip^{3}*

¹สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม จ.นครพนม 48000

¹Department of Management, Faculty of Management Science and Information Technology,
Nakhon Phanom University, Nakhon Phanom 48000, Thailand

²สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม จ.นครพนม 48000

²Department of Digital Communication, Faculty of Management Science and Information Technology,
Nakhon Phanom University, Nakhon Phanom 48000, Thailand

³สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมศรีสงคราม มหาวิทยาลัยนครพนม จ.นครพนม 48150

³Department of Business Computer, Sri Songkhram Industrial Technology College, Nakhon Phanom University,
Nakhon Phanom 48150, Thailand

*Corresponding author: E-mail: rattana.su@npu.ac.th

(Received: December 18, 2023; Revise: February 1, 2024; Accepted: March 18, 2024)

Abstract: The purposes of this research were: 1) To study the general condition of the group 2) to study guidelines for product development and design, and 3) to study guidelines for increasing online marketing channels. This research is action research. The sample group in the study consisted of cloth enthusiasts selected purposively. Data were collected through in-depth interviews, focus group discussions, and observations, and analyzed using content analysis. The study found that: 1. The HUG NGAN PHA Group is an all-female group with members aged 60-78 years. The group specializes in producing bags and keychains. 2. Guidelines for product development and design include: (1) holding meetings to establish mutual understanding; (2) conducting workshops to identify the group's identity, extract brand names, and develop brands; (3) designing and developing products; and (4) summarizing the results of product development. 3. Guidelines for increasing online marketing channels involve organizing workshops to train members in using technology and managing product pages on the Facebook platform. Additionally, the group received live broadcast equipment and experimented with using Facebook pages to reach a wider audience.

Keywords: Native woven bag, HUG NGAN PHA group, product development, distribution channels and design, online marketing

บทคัดย่อ: บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับสมาชิกกลุ่ม 2) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ และ 3) ศึกษาแนวทางในการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ กลุ่มฮักงานผ้า ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มประกอบการสังเกต การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มฮักงานผ้า มีสมาชิกจำนวน 15 คน เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 60-78 ปี โดยกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ 2 อย่าง คือ (1) กระเป๋า และ (2) พวงกุญแจ 2) แนวทางในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ (1) ประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน (2) อบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อหาอัตลักษณ์ สกัดชื่อแบรนด์ ตราสินค้า (3) ผลิตภัณฑ์ ที่ได้ออกแบบและพัฒนา และ (4) สรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 3) แนวทางในการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ คือ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ อบรมการใช้สื่อเทคโนโลยีและอบรมการใช้งานเพจผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก (2) มอบอุปกรณ์โลโก้สติ๊กเกอร์ให้กลุ่ม และ (3) การทดลองใช้สื่อเทคโนโลยี โดยการใช้เพจบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก

คำสำคัญ: กระเป๋าผ้าทอพื้นเมือง กลุ่มฮักงานผ้า การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การตลาดออนไลน์

คำนำ

ข้อมูลจาก Department of Older Persons (2023) พบว่า จังหวัดนครพนม มีประชากรตามทะเบียนราษฎร จำนวนทั้งสิ้น 715,583 คน (ณ เดือนมิถุนายน 2566) เป็นประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 120,895 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 22.94 Nawakura (2021) รายงาน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการให้มีการรวมกลุ่มอาชีพต่างๆ ที่มีความเหมาะสมกับบริบทชุมชนของตนเอง และผู้สูงอายุยังมีความสนใจที่จะเข้าร่วมฝึกอบรมอาชีพ ที่มีมาตรฐานเพื่อให้เกิดความรู้และทักษะในอาชีพที่จะทำ ให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นเพียงพอเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้และต้องการมีเงินออมเพื่อใช้จ่ายในเวลาที่ไม่สามารถทำงานได้

กลุ่มฮักงานผ้า ของศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุจังหวัดนครพนม เริ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2565 มีเป้าหมายจัดตั้งกลุ่มเพื่อรวบรวมและถ่ายทอดภูมิปัญญาที่ผ่านการศึกษาเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญตลอดจนส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุเพื่อนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดี โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฮักงานผ้าเป็นสินค้าทำมือที่กลุ่มร่วมกันทำ และปัจจุบันมีความต้องการที่จะพัฒนาและออกแบบให้มีมูลค่าของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ซึ่งพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นคือ

การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ สอดคล้องกับ Innunjai and Natakalo (2022) รายงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องมีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม และในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำเป็นต้องตระหนักถึงคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยยังคงอัตลักษณ์ตามท้องถิ่นและทำการประยุกต์ให้ร่วมสมัยกับปัจจุบันโดยพิจารณาจากปรากฏการณ์ของผู้บริโภคและภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมของชุมชน โดยมีการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบประยุกต์ให้ทันสมัย และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และอีกสิ่งหนึ่งที่กลุ่มฮักงานผ้ายังขาด คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำการตลาดออนไลน์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และเป็นการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายลูกค้า ทำให้คนทั่วไปรู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ Thomkaew *et al.* (2018) รายงาน สังคมออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่งสำหรับการโปรโมทผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น ผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

ของสำนักงานขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ และการสร้างความสามัคคี ที่ให้ความสำคัญกับชุมชนในการนำความรู้และทรัพยากรในพื้นที่ มาผลิตเป็นสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานราก ให้สามารถสร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ชุมชน สนับสนุนสินค้าชุมชนและยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง (Strategic Transformation Office, 2023)

กลุ่มฮักงานผ้า ใช้ผ้าพื้นเมืองของชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครพนม เป็นวัสดุธรรมชาติที่ผลิต “กระเป๋านักแบก” และมีผลิตภัณฑ์ “พวงกุญแจ” ที่นำเศษผ้าที่เหลือจากการทำกระเป๋ามาออกแบบเป็นพวงกุญแจ โดยมุ่งเน้นให้เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าฝีมือของผู้สูงอายุ กลุ่มฮักงานผ้ามีความต้องการด้านการออกแบบลายกระเป๋านักแบกที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ชื่อผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า การส่งเสริมการตลาด และการให้ความรู้เรื่องการคิดต้นทุน การทำบัญชีครัวเรือน โดยกิจกรรมในครั้งนี้เป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มอาชีพฮักงาน และ

นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม ที่บูรณาการการทำงานร่วมกันโดยสมาชิกมีงานปักเย็บกระเป๋านักแบกที่สวยงามประณีต นักศึกษา มีศาสตร์ความรู้และทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสกัดอัตลักษณ์ของกลุ่ม การจัดการการตลาด การใช้เครื่องมือด้านการตลาดและการขายออนไลน์ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ดังนั้นบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับสมาชิกของกลุ่ม
- 2) ศึกษาแนวทางในการพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ
- 3) ศึกษาแนวทางในการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์และเพิ่มยอดขายสินค้าให้กับกลุ่มฮักงานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ผลการวิจัยที่ได้นี้ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ด้วยการคิดสรรวัสดุที่ใช้ผลิตสินค้าจากชุมชนในท้องถิ่น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าลายต่างๆ

อุปกรณ์และวิธีการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

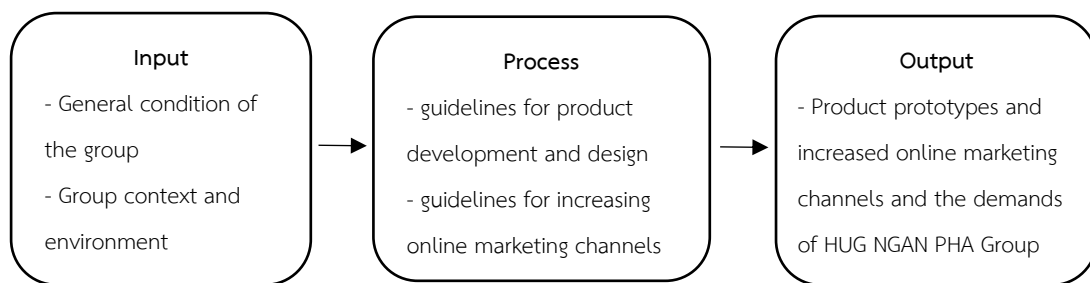


Figure 1. Conceptual Framework

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกันยายน 2566 พื้นที่วิจัยได้แก่ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ รวมจำนวน

ทั้งหมด 33 คน มีรายละเอียดดังนี้ 1) กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 15 คน คือ สมาชิกกลุ่มฮักงานผ้า ซึ่งมีอายุระหว่าง 60 – 78 ปี 2) กลุ่มผู้มีส่วนร่วม จำนวน 18 คน คือ หน่วยงานภาครัฐ ได้มาโดยวิธีการเจาะจง มีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ (1) แนะนำกลุ่มให้ได้รับการพัฒนาและสนับสนุนเรื่องข้อมูลของกลุ่ม

(2) สนับสนุนการทำงาน อำนวยความสะดวกเรื่อง ข้อมูล (3) ธนาคารอมสิน ให้การสนับสนุนงบประมาณและให้ความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย (4) สถาบันอุดมศึกษาให้การสนับสนุน กำกับ ติดตาม คณะทำงาน ให้คำแนะนำปรึกษา อำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่ แก่คณะทำงาน จัดเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และ (5) อาจารย์ และ นักศึกษาทำงานร่วมกับชุมชนเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ตามความต้องการของกลุ่มชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ

ตอนที่ 2 บริบทและสภาพแวดล้อมของกลุ่ม อีงานผ้า

2) ประเด็นการสนทนากลุ่มแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 ประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ชุดที่ 2 ประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับผลการทดลองใช้การเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยการประสานงานกับกลุ่มอีงานผ้าและหน่วยงานภาคี จากนั้นจึงนำหนังสือราชการมอบให้ในวันลงพื้นที่เก็บข้อมูล ซึ่งหัวข้อการสนทนา

ในประเด็นข้อมูลส่วนบุคคล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ศึกษาศักยภาพการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการจัด

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากสมาชิกกลุ่มอีงานผ้า จำนวนทั้งหมด 15 คน จนได้ข้อมูลที่จำเป็นอัมตัวและครบถ้วน จากนั้นนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์สมาชิก มาวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการประชุมกลุ่มย่อย

2) จัดทำการประชุมย่อย 2 ครั้ง เพื่อให้กลุ่มอีงานผ้าได้แสดงความคิดเห็น และหาข้อสรุปร่วมกัน เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ การประชุมย่อยครั้งที่ 1 มีผู้เข้าร่วม คือ สมาชิกกลุ่มอีงานผ้า จำนวน 15 คน นักพัฒนาสังคม จำนวน 1 คน กรมกิจการผู้สูงอายุจังหวัด นครพนม จำนวน 1 คน และประชุมย่อยครั้งที่ 2 มีผู้เข้าร่วม คือ สมาชิกกลุ่มอีงานผ้า จำนวน 15 คน และหน่วยงานภาคี จำนวน 3 คน จากนั้นนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อยมาวิเคราะห์ และมาสรุปประเด็นที่สำคัญเพื่อนำมากำหนดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ของกลุ่มอีงานผ้า และดำเนินการจัดฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ให้กับสมาชิกกลุ่มอีงานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยนำข้อมูลมารวมเป็นหมวดหมู่และแยก ประเด็นของข้อมูลที่ต้องการ เพื่อสร้างขอบเขตที่ชัดเจนและถูกต้อง โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มา ถอดบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ แล้วอ่านบทสัมภาษณ์ ดังกล่าวซ้ำหลายๆ รอบเพื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้รับ โดยจำแนกค่าที่มีความสัมพันธ์กันมาไว้ในชุดข้อมูล เดียวกัน นำมาวิเคราะห์เป็นประเด็นหลักและแบ่งเป็น ประเด็นย่อยต่อไป จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นั้นมาสร้าง ข้อสรุปแบบอุปนัย โดยการเขียนบรรยายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นหลักกับประเด็นย่อย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการตีความตาม วัตถุประสงค์ของการวิจัย และวิเคราะห์หา

ความสัมพันธ์ ในเชิงเหตุผลเพื่อเชื่อมโยงไปสู่แนวคิด และทฤษฎีที่ทำการศึกษา โดยสรุปผลข้อมูลแบบการ บรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มฮักงานผ้า ตำบล ในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

1. ศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มฮักงานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ผลการวิจัยพบว่า

จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของ กลุ่มฮักงานผ้า ตั้งอยู่ที่ 188/1 ถนนสุนทรวิจิตร ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดนครพนม พบว่า กลุ่มฮักงานผ้า ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2565

มีสมาชิกกลุ่ม 15 คน เป็นเพศหญิง ซึ่งมี อายุระหว่าง 60 – 78 ปี โดยกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ 2 อย่าง คือ

1) กระเป๋าปักแบ็ก มี 3 ขนาดคือ เล็ก กลาง ใหญ่ กระเป๋ามีรูปทรงสี่เหลี่ยม มีความหรูหรา สวยงาม ผลิตจากผ้าพื้นเมืองของชุมชนในพื้นที่

จังหวัดนครพนม เป็นวัสดุธรรมชาติที่เหมาะสมกับ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ 2) พวงกุญแจ ที่นำเศษ ผ้าที่เหลือจากการทำกระเป๋าออกมาออกแบบเป็นพวง กุญแจ มุ่งเน้นให้เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าฝีมือของ ผู้สูงอายุ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ ลูกค้าเพศหญิง ในวัยทำงาน วัยผู้สูงอายุ ข้อจำกัดของการผลิตสินค้า คือ จะผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อเท่านั้น เมื่อผลิตสินค้า เสร็จมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงช่องทางออฟไลน์ คือ การออกบูธโชว์ผลิตภัณฑ์และการขายให้สมาชิก ภายในกลุ่ม แต่ยังขาดช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ ออนไลน์ด้วยการสร้างคอนเทนต์ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ต่างๆ

2. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาและ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฮักงานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ผลการวิจัยพบว่า (Table 1)

3. ศึกษาแนวทางในการเพิ่มช่องทาง การตลาดออนไลน์และเพิ่มยอดขายสินค้าของกลุ่มฮัก งานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ผลการวิจัยพบว่า (Table 2)

Table 1. Plans to development product design of HUG NGAN PHA Group

Illustration	Activity	Operator	Key Performance Indicator
	1. Research team meeting to build a common understanding of research operation during Researcher, HUG NGAN PHA Group and Students	- Researcher, HUG NGAN PHA Group and Students	- Group needs - Internal relationships - Researchers, HUG NGAN PHA Group and Students are mutually understanding

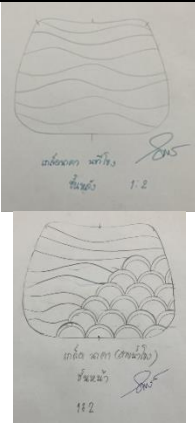
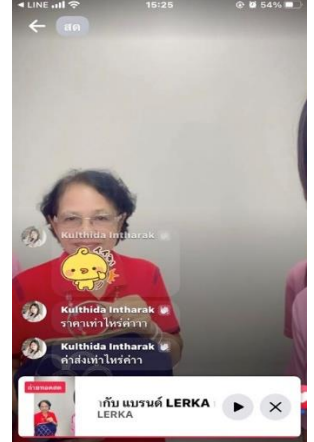
Illustration	Activity	Operator	Key Performance Indicator
	2. Operation Training to find the identity of the group, extracting brand name by conveying knowledge of product development and design.	- Curriculum in Training, Researcher, HUG NGAN PHA Group and Students	- Received in product development and design. - Handmade quilting techniques Handmade and quilted fabric pattern and name tag design
	3. Products are designed and developed, problems and obstacles of operations.	- Researcher, HUG NGAN PHA Group and Students	- The Khon Khon River has a flake pattern and the Mekong River that represents the Khonya Prayatnacraj. The holy thing that the city of Phnom Phnom seeks to worship was faithfully bound and bound to the Khon Kaen as an entity in the Mekong.
	4. Evaluate product development results to find a guide to improve quality in order to attract customers.	- Curriculum in Training, Researcher, HUG NGAN PHA Group and Students	- Get guidelines and conclusions on product development.

Table 2. Plans to increase online marketing channels of HUG NGAN PHA Group

Illustration	Activity	Operator	Key Performance Indicator
	1. Workshops are included in two phases: Operational Training, Knowledge of Technology Media and	- Curriculum in Training, Researcher, HUG NGAN PHA Group and Students	- Cloth hocs can photograph advertisements for publicizing goods, selling goods or products online. - HUG NGAN PHA Group are knowledgeable,

Illustration	Activity	Operator	Key Performance Indicator
	Operational Techniques Pages on the Facebook platform.		understanding, and see the importance of being online. - HUG NGAN PHA Group can create a new Facebook page. It consists of a naming page in accordance with the product, setting the information on the page, setting the page, setting the message to automatically respond to how to interact with the customer.
	2. Delivers live devices to group members.	Government Savings Bank, Researcher, HUG NGAN PHA Group and Students	- HUG NGAN PHA Group received live equipment for online marketing.
	3. Technological media experiments using pages on Facebook platforms.	- HUG NGAN PHA Group and Student	- HUG NGAN PHA Group can use the Facebook platform to name the page in accordance with the product, setting the information on the page, page layout, setting up messages automatically respond to how to interact with the customer. - HUG NGAN PHA Group experimented live on the Facebook platform, with students on offer advice.

วิจารณ์

จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ของกลุ่มฮักงานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านสภาพทั่วไปเกี่ยวกับสมาชิกกลุ่ม คือ กลุ่มฮักงานผ้า ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2565 มีสมาชิกจำนวน 15 คน เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 60 – 78 ปี โดยมีเป้าหมายผลิตสินค้าจากชุมชนในท้องถิ่นของนครพนมเพื่อเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของท้องถิ่นให้โดดเด่นด้านการออกแบบการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสืบสานงานฝีมือของกลุ่มผู้สูงอายุเป็นการผลิตงานทำมือทุกขั้นตอนเกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชนต่างๆ ในนครพนม สอดคล้องกับการศึกษาของ Saelee *et al.* (2020) ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุชุมชนคำครตา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร เพื่อเพิ่มความสามารถทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนมีศักยภาพค่อนข้างสูง เนื่องจากมีความเข้มแข็งในการรวมกลุ่ม สอดคล้องกับการศึกษาของ Kamphaengdee *al.* (2021) รายงาน ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยร่วมมือกันในหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพผู้สูงอายุให้สามารถดำเนินงานและแข่งขันในเชิงธุรกิจ เพื่อสร้างรายได้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้วยกระบวนการบริหารจัดการทางธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้สามารถพึ่งตนเองได้

2. ด้านการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มฮักงานผ้า ได้อบรมการหาอัตลักษณ์ของกลุ่มในการสกัดชื่อแบรนด์ ตราสินค้า โดยการถ่ายทอดความรู้ในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ หลังจากอบรมแล้วเสร็จนั้น สามารถใช้เทคนิคการควิลท์ผ้าด้วยมือ เป็นงานแฮนด์เมค เย็บมือและควิลท์ลวดลายผ้า และออกแบบป้าย

ชื่อแบรนด์ โดยให้กลุ่มและนักศึกษามีส่วนร่วมในการออกแบบเพื่อให้ชื่อแบรนด์เป็นที่จดจำและสร้างภาพลักษณ์ให้แบรนด์ ซึ่งหลังจากการอบรมได้มีการออกแบบลายผ้าที่ชื่อว่า “เกล็ดนาคา โขนงที” โดยมีลวดลายที่เป็นเกล็ดและลายแม่น้ำโขง ที่แสดงถึงพญาศรีสัตนาคราช สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนนครพนมเคารพบูชา โดยมีความเชื่อและผูกพันอยู่กับองค์พญานาค เหมือนกับความผูกพันในแม่น้ำโขง สอดคล้องกับการศึกษาของ Mokthong *et al.* (2022) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการปรับภาพลักษณ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ผักเหมียของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตผักเหมียแปลงใหญ่ อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต พบว่า ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้สามารถยกระดับราคาสินค้า และทำให้สามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้นจะช่วยเพิ่มพูนรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัย Piamsuwanakit and Piamsuwanakit (2019) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า การสร้างขีดความสามารถให้กับชุมชนโดยการให้ชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้วยตนเอง ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ทำให้สมาชิกกลุ่มเห็นความสำคัญของการนำทรัพยากรในชุมชนมาใช้ประโยชน์ สามารถนำความรู้ไปพัฒนาตนเอง สร้างสรรค์เศรษฐกิจชุมชนบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนครั้งนี้ทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความภาคภูมิใจในตนเอง

3. ด้านการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ และเพิ่มยอดขายสินค้า เดิมทีแล้วสมาชิกกลุ่มฮักงานผ้า ขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ผู้วิจัยได้จัดโครงการให้ความรู้การใช้สื่อเทคโนโลยีกับสมาชิกกลุ่มฮักงานผ้า และถ่ายภาพการโฆษณาเพื่อการ

ประชาสัมพันธ์สินค้า โดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ 1) อบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้การใช้สื่อเทคโนโลยีกับสมาชิกกลุ่มฮักงานผ้า โดยได้ถ่ายภาพการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้า การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในรูปแบบออนไลน์ ทำให้สมาชิกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจ และเห็นถึงความสำคัญของการตลาดออนไลน์ เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และ 2) อบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการใช้งานเพจผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กให้กับกลุ่มฮักงาน โดยกลุ่มฮักงานผ้าสามารถสร้างเพจเฟซบุ๊กใหม่และจัดการเพจ และสามารถไลฟ์สดเพื่อทำการขายสินค้าบนตลาดออนไลน์ และเป็นการเพิ่มช่องทางการขายได้อีกทาง สอดคล้องกับการศึกษาของ Tupkrut *et al.* (2023) ได้ทำการศึกษการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสีเกา จังหวัดตรัง พบว่าสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ ขาดความรู้ทางการตลาด โดยจะใช้วิธีการเดิมๆ ในการนำเสนอสินค้า และเน้นการขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและขาย ณ แหล่งผลิต แต่จะมีการออกบูทจำหน่ายที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐเป็นครั้งคราว รวมถึงการส่งขายกับร้านค้าปลีก และตลาดนัดในชุมชน นอกจากนั้นยังขาดทักษะการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ทำให้สินค้ายังไม่ที่รู้จักของตลาดมากนัก

สรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการของกลุ่มฮักงานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกกลุ่มร่วมกันระหว่าง อาจารย์ นักศึกษา และภาคีเครือข่าย เพื่อให้กลุ่มได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ผลการดำเนินการพบว่า กลุ่มมีความเข้าใจ

ศักยภาพตนเอง ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการทำการกิจกรรมการวิจัย โดยประเด็นที่กลุ่มต้องร่วมพัฒนา คือ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้เทคโนโลยี และด้านการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งผลการพัฒนาระหว่างการดำเนินกิจกรรมกลุ่มมีการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยมีผู้วิจัยเป็นที่ปรึกษาส่วนด้านกลุ่มมีการพัฒนาเปลี่ยนไปจากเดิม คือด้านการออกแบบ ที่ใช้อัตลักษณ์ของพื้นที่ และยังมีกรเพิ่มทำช่องทางจำหน่ายตลาดออนไลน์ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกได้รู้จักผลิตภัณฑ์และเป็นการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยนครพนม ที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- Department of Provincial Administration. 2023. Elderly Statistics. (Online). Available: <https://www.dop.go.th/th/know/side/1 / 1 / 2 4 4 9> (December 9, 2023). (in Thai)
- Innunjai, S. and N. Natakalo. 2022. Community product's design and development with participation of Kanchana sub-district Mueang Phrae district, Phrae province. Nakhon Lampang Buddhist College's Journal 11(3): 147-161. (in Thai)
- Kamphaengdee, S., P. Maneenin and S. Rungrawiwon. 2021. Elderly career group development (Tie Dye Cloth) to increase competitiveness. Journal of Accountancy and Management,

- Maharakham University 13(1): 30-43. (in Thai)
- Mokthong, S., Y. Hareebin, A. Likittitthirak, K. Nukong, P. Thongkaew and S. Punyung. 2022. Guideline for the development product and rebranding for value added products of large plot Meang (Gnetum gnemon) production community enterprise group, Mueang Phuket district, Phuket province pp. 508-517. In: Proceedings of the 2nd HRM NPST National Conference 2022. Phuket Rajabhat University, Phuket. (in Thai)
- Nawakura, P. 2021. Career development guidelines for the elderly of Nongbo village, Tambon Nongbo, Mueang Ubon Ratchathani district, Ubon Ratchathani province. Journal of Humanities & Social Sciences 19(3): 21-42. (in Thai)
- Piamsuwannakit, S. and S. Piamsuwannakit. 2019. Community products development for tourism of Tambon Nanglae, Muang district, Chiang Rai. pp. 1059-1068. In: Proceedings of the 2nd Academic Conference on Humanities and Social Sciences. Songkhla Rajabhat University, Songkhla. (in Thai)
- Saelee, R., C. Polsri and S. Kasamsuk. 2020. Product development of the elderly group at Kham Konta community, Sai Mun district, Yasothon province in order to increase creative economic competence. Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University 7(2):57-73. (in Thai)
- Strategic Transformation Office. 2023. Five-year government operational plan Year 2023-2027. (Online). Available: <https://sto.go.th/annualgovernment-action-plan/> (December 9, 2023). (in Thai)
- Thomkaew, J., P. Homhual, S. Chairat and S. Khumhaeng. 2018. Social media with e-marketing channels of new entrepreneurs. Pp. 020147-1-020147-4. In: Proceedings of the 3rd International Conference on Applied Science and Technology.: AIP Publishing, Melville, NY. (in Thai)
- Tupkrut, N., S. Boonkue and S. Silarak. 2023. Development of community product distribution channel through online media: A case study of community enterprise in Sikao district, Trang province. Journal of Community Devepment and Life Quality 11(3): 191-203. (in Thai)