



แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต่บ้านแพง
ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

Strategic Development Guidelines for Creating Competitive Advantage
Tai Ban Paeng Reed-Mat Weaving Group Paeng Sub-district Kosum Phisai District
Maha Sarakham Province

จิตรัตน์ สิงห์สา^{1*}, กัลยรัตน์ อนุนิวัฒน์², กิตติชัย เจริญชัย³ และนุชนาถ มีนาสันติรักษ์⁴

Thidarat Singas^{1*}, Kanyarat Anuniwat², Kittichai Jaroenchai³ and Nutchanat Meenasantirak⁴

^{1,2}นักศึกษาลัทธิศาสตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{3,4}อาจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{1,2}Students of Bachelor of Business Administration Marketing Program the Faculty of Management Science
Rajabhat MahaSarakham University

^{3,4}Lecturers from in Bachelor of Business Administration Marketing Program the Faculty of Management Science
Rajabhat MahaSarakham University

*Corresponding Author Email thidaratsin03@gmail.com

Received: 27 August 2025 Revised: 15 September 2025 Accepted: 18 September 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต่บ้านแพง 2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต่บ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม และ 3. เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต่บ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ มีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ที่มาจากการสุ่มโดยง่าย แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มเสื่อกกไต่บ้านแพงมีสภาพการณ์ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1.1) ด้านลูกค้า คือ ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างและเฉพาะบุคคลมากขึ้น เช่น ต้องการเสื่อที่มีลวดลายและการออกแบบที่ทันสมัย 1.2) ด้านขีดความสามารถขององค์กร คือ องค์กรจำเป็นต้องปรับตัวเข้าสู่การใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น การใช้สื่อดิจิทัลในการขายออนไลน์ แต่ยังมีข้อจำกัดด้านทักษะ 1.3) ด้านคู่แข่ง คือ มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพ 1.4) ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คือ เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกบางรายให้ข้อมูลว่าลูกค้ารุ่นใหม่สนใจสินค้าที่เป็น “แพชั่น” เช่น กระเป๋า หมวก หรือของตกแต่งบ้านมากกว่าเสื่อแบบเดิมข้อจำกัด การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ยังจำกัดเพียง



บางส่วน อาจไม่สะท้อนภาพรวมทั้งหมดของสมาชิกกลุ่ม 2) ระดับมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56, S.D. = 0.26$) และ 3) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย 3.1) ด้านลูกค้า เช่น เบาะรองนั่ง พรม ผ้าปูโต๊ะ ของตกแต่งผนัง กระเป๋า 3.2) ด้านขีดความสามารถขององค์กร เช่น การออกแบบ การย้อมสี การตลาดดิจิทัล หรือการบริหารจัดการเบื้องต้น 3) ด้านคู่แข่ง ควรมีการศึกษาแนวโน้มตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ และ 3.4) ด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ควรมีการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น กระเป๋าหมวก รองเท้า หรือของตกแต่งบ้านที่ทำจากกกผสมผสานกับวัสดุอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายฐานลูกค้า

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา, การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน, กลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง

Abstract

This research consists purposes were 1. to analyze the current situation regarding strategic development approaches for creating a competitive advantage for the Tai Ban Paeng reed-mat weaving group 2. to examine demographic differences in opinions on strategic development approaches for creating a competitive advantage of the Tai Ban Paeng reed-mat weaving group in Paeng Sub-district Kosum Phisai District Maha Sarakham Province and 3. to develop strategic guidelines for enhancing the competitive advantage of the Tai Ban Paeng reed-mat weaving group in Paeng Sub-district Kosum Phisai District Maha Sarakham Province. This research employed a quantitative approach. The research instrument was a questionnaire, and the sample consisted of 385 participants selected through simple random sampling. The data collected from the questionnaires were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean and standard deviation. The research findings revealed that 1) The Tai Ban Paeng reed-mat weaving group faces four key situational aspects 1.1) Customer aspect Customers increasingly demand personalized and differentiated products, such as mats with modern patterns and designs 1.2) Organizational capability The group needs to adopt new technologies, such as using digital media for online sales, but still faces skill limitations 1.3) Competition New competitors are entering the market, leading to more intense competition in both price and quality 1.4) Changing business environment Rapid economic, social, and technological changes increase business risks. In-depth interviews with some members indicated that younger customers are more interested in “fashion” products such as bags, hats, or home décor items rather than traditional mats. However, the qualitative data collected from interviews were limited to certain members and may not fully represent the entire group The overall level of opinions on strategies for creating competitive advantage was at the highest level ($\bar{x} = 4.56, S.D. = 0.26$) and 3) The proposed strategic development approaches for enhancing the group’s competitive advantage include 3.1) Customer-

oriented strategies Expanding products to items such as seat cushions, carpets, curtains, wall decorations and bags 3.2) Organizational capability Improving design, dyeing techniques, digital marketing and basic management skills 3.3) Competition Studying market trends, consumer needs and new technologies to effectively promote products 3.4) Changing business environment Creating innovative products such as bags, hats, shoes, or home décor items made from reed combined with other materials to add value and broaden the customer base.

Keywords: Development Guidelines, Creating Competitive Advantage, Ban Paeng Reed Mat Weaving Group

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10–13 (พ.ศ. 2560–2570) ถูกจัดทำขึ้นในช่วงที่ประเทศกำลังดำเนินการปฏิรูป ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลกที่รวดเร็วและเชื่อมโยงกันอย่างมาก โดยยังคงยึดหลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศอย่างต่อเนื่อง แผนฉบับที่ 12 จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 รวมถึงการปฏิรูปประเทศ แผนดังกล่าวเน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และกลุ่มอาชีพต่าง ๆ (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2566) แผนฉบับที่ 12 เปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมจากทุกระดับอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมเพื่อร่วมกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยมุ่งสู่เป้าหมาย “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” แผนนี้ถือเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป็นการนำยุทธศาสตร์ระยะยาวมาสู่การปฏิบัติจริง ภายในยุทธศาสตร์ได้วางกรอบประเด็นพัฒนารวมถึงโครงการและแผนงานหลักที่จะต้องขับเคลื่อนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในช่วง 5 ปีแรก เพื่อเตรียมความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สังคม และระบบเศรษฐกิจให้สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม พร้อมกำหนดแนวทาง กลไกการดำเนินงาน และระบบติดตามประเมินผลที่ชัดเจน (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2566) แผนฉบับที่ 10–12 ครอบคลุมระยะเวลา 5 ปีของแต่ละฉบับ โดยแผนฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2565–2570) เป็นช่วงที่สองของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยมุ่งเน้นให้แผนมีจุดเน้นและเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม สามารถบ่งบอกทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนสำหรับประเทศใน 5 ปีถัดไป โดยอิงผลจากกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้าน เช่น สถานะของทุนในมิติต่าง ๆ บทเรียนการพัฒนาที่ผ่านมา และปัจจัยเงื่อนไขที่มีอิทธิพลต่อภาคส่วนต่าง ๆ ของประเทศ รวมถึงสนับสนุนให้ภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดกรอบทิศทางของแผนจนถึงการร่างแผนในปัจจุบัน (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2566) ข้อมูลจาก ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดมหาสารคาม ล่าสุดปี 2566–2570 พบว่า มีผู้ประกอบการ 1,743 คน และสินค้าขึ้นทะเบียนกว่า 427 รายการ แบ่งเป็นประเภทอาหาร 26 รายการ เครื่องดื่ม 10 รายการ ผ้าและเครื่องแต่งกาย 5 รายการ ของใช้และของตกแต่ง 6 รายการ และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 7 รายการ (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2566)

สำหรับกลุ่มเสื้อกั๊กไทบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง พบว่าประสบปัญหาหลักด้านลูกค้า การแข่งขัน และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จากการสัมภาษณ์คุณแม่สัมฤทธิ์ ชาญศึก ประธานกลุ่ม

เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2567 พบว่าปัญหาถูกค้าเกิดจากความต้องการเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกัน ผู้ออกสินค้า ต้องเข้าใจและตอบสนองได้ ด้านขีดความสามารถขององค์กรได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจผันผวน ด้านคู่แข่งมีรายใหม่เข้าตลาดกดดันราคา และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจเผชิญความเสี่ยงสูง (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2566)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และมาตรฐานการผลิตให้ได้ตามเกณฑ์สากล ควบคู่กับการพัฒนาตลาดและดีไซน์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของตลาดสมัยใหม่ ส่งเสริมการตลาดออนไลน์และสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน เพิ่มทักษะการบริหารจัดการและการเงินแก่สมาชิกกลุ่ม ตลอดจน เพื่อพัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อสนับสนุนด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และช่องทางจำหน่าย ทั้งหมดนี้เพื่อเพิ่มมูลค่า สร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ และขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

การบททวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันจากนักวิชาการหลายท่าน ดังนี้

1. ความหมายของการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

นภาพรรณ คณานุรักษ์ (2565, น.10) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง บริษัทมีการกำหนดข้อได้เปรียบในการแข่งขันจากสรรณะที่บริษัทมีความแตกต่างจากคู่แข่ง แต่ในความเป็นจริงข้อได้เปรียบในการแข่งขันมักเกิดจากการรับรู้มากกว่าความเป็นจริงที่บริษัทและคู่แข่งเป็นอยู่ แตกต่างจากคู่แข่ง แต่ในความเป็นจริงข้อได้เปรียบในการแข่งขันมักเกิดจากการรับรู้มากกว่าความเป็นจริงที่บริษัทและคู่แข่งเป็นอยู่ การเลือกวิธีการวางแผน การลำดับขั้นตอนในการลงมือทำการตลาดอย่างมีชั้นเชิง เพื่อบรรลุเป้าหมาย ทางการตลาดหรือเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้

สมบูรณ์ ชันธิโชติ (2566, น.13) ได้กล่าวไว้ว่า สินค้าที่ประสบความสำเร็จจะนำภูมิปัญญาดั้งเดิม (เช่น เทคนิคการทอผ้า, สูตรอาหารโบราณ) มาเป็นแกนหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นย้ำว่า การเล่าเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์, ประวัติชุมชน, หรือความหมายของลวดลายต่าง ๆ สามารถสร้างคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) ให้กับสินค้าได้มากกว่าการแข่งขันด้านราคา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2564, น.11) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง สินค้าที่ประสบความสำเร็จจะนำภูมิปัญญาดั้งเดิม (เช่น เทคนิคการทอผ้า, สูตรอาหารโบราณ) มาเป็นแกนหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ (2566, น.24) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง รูปแบบกลยุทธ์สำหรับการแข่งขัน เพื่อตัดสินใจว่าจุดไหนที่สร้างกำไรสูงสุดและจุดไหนที่สร้างกำไรต่ำสุดสำหรับค่าเฉลี่ยในแต่ละอุตสาหกรรม โดยพื้นฐานของกลยุทธ์นั้นคือหากสามารถสร้างกำไรได้เหนือกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม ก็จะสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจได้ในระยะยาว

รังสรรค์ เลิศในสัจย์ (2565, น.16) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถนำเสนอคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้กับลูกค้า หรือสามารถดำเนินการได้มีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจนั้นสามารถสร้างผลกำไรที่สูงกว่า หรือรักษาส่วนแบ่งตลาดได้ดีกว่าในระยะยาว

สรุปได้ว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างและรักษาสถานะที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยการนำเสนอคุณค่าที่โดดเด่นแก่ลูกค้า หรือการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจสามารถทำกำไรได้ดีกว่า หรือรักษาส่วนแบ่งตลาดได้ในระยะยาว การมีความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะมันคือกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จและความยั่งยืน ของธุรกิจในระยะยาว ช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอด แข่งขัน และเติบโตได้อย่างต่อเนื่องในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

2. ความสำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ในตลาดที่เต็มไปด้วยคู่แข่ง การไม่มีจุดเด่นหรือความแตกต่างใด ๆ จะทำให้ลูกค้าไม่สามารถแยกแยะธุรกิจของคุณออกจากผู้อื่นได้ง่าย ซึ่งนำไปสู่การแข่งขันด้านราคาที่คุณเดือดและลดทอนอัตรากำไรลง การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันช่วยให้ธุรกิจมีรากฐานที่มั่นคง ในการดำเนินงาน สามารถ ดึงดูดและรักษาลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ สร้างรายได้ที่สม่ำเสมอ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว (นภาพรรณ คณานุกรักษ์, 2565)

การใช้ช่องทาง E-commerce และ Social Media: งานวิจัยพบว่า SMEs และกลุ่ม OTOP ที่ปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, LINE, Shopee, Lazada สามารถ ขยายฐานลูกค้า จากเดิมที่รอแค้นนักท่องเที่ยวหรือการออกบูธ ไปสู่ลูกค้าทั่วประเทศและต่างประเทศได้ (สมบูรณ์ ชันธิโชติ, 2566) และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging Development) มีงานวิจัยจำนวนมากไม่น้อยที่ศึกษาเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สวยงาม และสะดวกต่อการขนส่ง ซึ่งพบว่ามีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยุคใหม่ บรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถ เพิ่มมูลค่า (Value Added) ให้กับสินค้าได้อย่างมหาศาล การถ่ายภาพและสร้างคอนเทนต์ การนำเสนอสินค้าให้น่าสนใจผ่านภาพถ่ายและวิดีโอที่มีคุณภาพ เป็นอีกกลยุทธ์สำคัญที่งานวิจัยชี้ว่าช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2566) เมื่อธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันที่แข็งแกร่ง เช่น การมีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เทคโนโลยีที่เป็นกรรมสิทธิ์ เครือข่ายการจัดจำหน่ายที่กว้างขวาง หรือความสัมพันธ์อันดีกับซัพพลายเออร์และลูกค้า จะเป็นการ สร้างกำแพงกัน ที่ทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยากขึ้นและใช้ต้นทุนสูงขึ้น ซึ่งช่วยปกป้องตำแหน่งทางการตลาด ของธุรกิจและลดแรงกดดันจากการแข่งขันโดยตรงตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการพัฒนาสินค้าให้เป็นของฝาก ของที่ระลึกที่มีคุณภาพสูง มีเรื่องราว และสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาของที่มีคุณค่ามากกว่าของราคาถูก (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, 2566) ซึ่งการเป็นผู้นำหรือมีจุดเด่นในตลาดจากการสร้างความได้เปรียบในการ

แข่งขันช่วย เสริมสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับองค์กรในสายตาของลูกค้า พนักงาน นักลงทุน และสาธารณชน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยดึงดูดลูกค้าเท่านั้น แต่ยังช่วย ดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถ ให้มาร่วมงาน และ เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ในการตัดสินใจลงทุนกับธุรกิจ และ การเป็นผู้นำหรือมีจุดเด่นในตลาดจากการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันช่วย เสริมสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับองค์กรในสายตาของลูกค้า พนักงาน นักลงทุน และสาธารณชน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยดึงดูดลูกค้าเท่านั้น แต่ยังช่วย ดึงดูดพนักงานที่มีความสามารถ ให้มาร่วมงาน และ เพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ในการตัดสินใจลงทุนกับธุรกิจ (รังสรรค์ เลิศในสัจย์, 2566)

สรุปได้ว่า ความสำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ไม่ใช่แค่ทางเลือก แต่เป็น สิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจ ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การไม่มีความได้เปรียบในการแข่งขันเปรียบเสมือนการว่ายน้ำโดยไม่มีเครื่องมือช่วย ซึ่งท้ายที่สุดก็จะอ่อนแรงและจมลงไป ในทางกลับกัน การมีความได้เปรียบที่ชัดเจนจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตและเป็นผู้นำในตลาดได้กล่าวโดยรวมคือ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันคือ กุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถยืนหยัด แข่งขัน และประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ไม่ใช่เพียงแค่การอยู่รอดไปวัน ๆ เท่านั้น คุณคิดว่าในธุรกิจประเภทใดบ้างที่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นเรื่องที่ท้าทายที่สุดในปัจจุบัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. **กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย** ได้แก่ ผู้ประกอบการของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ณ ที่ทำการกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคามและศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวนทั้งสิ้น 385 ราย ที่ได้จากการเลือกสุ่มโดยง่าย

2. **เครื่องมือในการวิจัย** ได้แก่ ประกอบด้วย แบบสอบถาม (Questionnaire) การสร้างแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ผู้วิจัยประยุกต์ ขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไป ของลูกค้าหรือผู้ประกอบการของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของคำตอบ (Rating Scale) ตามแบบวิธีการของ Likers เพื่อใช้เป็นมาตรวัดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของเสื่อกกไต้หวันแพง 1) ด้านลูกค้า (Customer) 2) ด้านขีดความสามารถขององค์กร (Organizational Capabilities) 3) ด้านคู่แข่ง(Competitor) 4) ด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Change) โดยการกำหนดระดับคะแนนตั้งแต่ 1-5 คะแนน และส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด(Open-ended Questions) โดยผู้วิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ แล้วผู้วิจัยจะดำเนินการรวบรวมคำตอบจากคำถามปลายเปิดเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้แก่ ดำเนินการวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการหรือสมาชิกของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ณ ที่ทำการกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัด

มหาสารคามและศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อ.เมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวนทั้งสิ้น 385 ราย และนำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์และลงรหัสเพื่อดำเนินการประมวลผลข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอในรูปของความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2. การวิเคราะห์สมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance ANOVA) ความได้เปรียบในการแข่งขันประกอบด้วย 1.ด้านลูกค้า (Customer) 2. ด้านขีดความสามารถขององค์กร (Organizational capabilities) 3. ด้านคู่แข่ง (Competitor) 4. ด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ(Change) รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลโดยรวม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอในรูปของความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแปรผลค่าเฉลี่ยของบุญชม ศรีสะอาด (2558)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพงมีสภาพการณ์ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลูกค้า คือ ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างและเฉพาะบุคคลมากขึ้น เช่น ต้องการเสื่อที่มีลวดลายและการออกแบบที่ทันสมัย 2) ด้านขีดความสามารถขององค์กร คือ องค์กรจำเป็นต้องปรับตัวเข้าสู่การใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น การใช้สื่อดิจิทัลในการขายออนไลน์ แต่ยังมีข้อจำกัดด้านทักษะ 3) ด้านคู่แข่ง คือ มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพ 4) ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คือ เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกบางรายให้ข้อมูลว่าลูกค้ารุ่นใหม่สนใจสินค้าที่เป็น “แฟชั่น” เช่น กระเป๋า หมวก หรือของตกแต่งบ้านมากกว่าเสื่อบแบบเดิม ข้อจำกัด การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ยังจำกัดเพียงบางส่วน อาจไม่สะท้อนภาพรวมทั้งหมดของสมาชิกกลุ่ม

2. ศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม สามารถจำแนกตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านลูกค้า	4.56	0.26	มากที่สุด
2. ด้านขีดความสามารถขององค์กร	4.60	0.38	มากที่สุด
3. ด้านคู่แข่ง	4.51	0.30	มากที่สุด
4. ด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	4.59	0.35	มากที่สุด
ภาพรวม	4.56	0.26	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$, S.D. =0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านลูกค้า ($\bar{x} = 4.56$, S.D.=0.26) ด้านขีดความสามารถขององค์กร ($\bar{x} = 4.60$, S.D. =0.38) ด้านคู่แข่ง ($\bar{x} = 4.51$, S.D. =0.30) และด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ($\bar{x} = 4.59$, S.D. =0.35) ตามลำดับ

3. การพัฒนาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย 1) ด้านลูกค้า ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายนอกเหนือจากเสื่อกแบบดั้งเดิม ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น เบาะรองนั่ง พรม ผ้าปูโต๊ะ ของตกแต่งผนัง กระเป๋า หรือแม้แต่เฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กที่ผสมผสานเสื่อกเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อตอบโจทย์การใช้งานในยุคปัจจุบัน 2) ด้านขีดความสามารถขององค์กร ควรมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะด้านต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม เช่น การออกแบบ การย้อมสี การตลาดดิจิทัล หรือการบริหารจัดการเบื้องต้น 3) ด้านคู่แข่ง ควรมีการศึกษาแนวโน้มตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการผลิตและการตลาด หรือสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ เพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ และ 4) ด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ควรมีการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นอกจากการทอเสื่อกแบบดั้งเดิม ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่มากขึ้น เช่น กระเป๋า หมวก รองเท้า หรือของตกแต่งบ้านที่ทำจากผสมผสานกับวัสดุอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายฐานลูกค้า

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า กลุ่มเสื่อกกไต้หวันแพงมีสภาพการณ์ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลูกค้า คือ ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างและเฉพาะบุคคลมากขึ้น เช่น ต้องการเสื่อที่มีลวดลายและการออกแบบที่ทันสมัย 2) ด้านขีดความสามารถขององค์กร คือ องค์กรจำเป็นต้องปรับตัวเข้าสู่การใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น การใช้สื่อ

ดิจิทัลในการขายออนไลน์ แต่ยังมีข้อจำกัดด้านทักษะ 3) ด้านคู่แข่ง คือ มีคู่แข่งรายใหม่เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคาและคุณภาพ 4) ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คือ เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสมาชิกบางรายให้ข้อมูลว่าลูกค้ารุ่นใหม่สนใจสินค้าที่เป็น “แฟชั่น” เช่น กระเป๋า หมวก หรือของตกแต่งบ้านมากกว่าเสื้อแบบเดิมข้อจำกัด การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ยังจำกัดเพียงบางส่วน อาจไม่สะท้อนภาพรวมทั้งหมดของสมาชิกกลุ่ม

2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ระดับมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.56, S.D. =0.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านลูกค้า ($\bar{x}= 4.56, S.D.=0.26$) ด้านขีดความสามารถขององค์กร ($\bar{x}= 4.60, S.D. =0.38$) ด้านคู่แข่ง ($\bar{x}= 4.51, S.D. =0.30$) และด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ($\bar{x}= 4.59, S.D. =0.35$) ตามลำดับ

3. เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย 1) ด้านลูกค้า ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย นอกจากเสื้อกแบบดั้งเดิม ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น เบาะรองนั่ง พรม ผ้าปูโต๊ะ ของตกแต่งผนัง กระเป๋า หรือแม้แต่เฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กที่ผสมผสานเสื้อกเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อตอบสนองโจทย์การใช้งานในยุคปัจจุบัน 2) ด้านขีดความสามารถขององค์กร ควรมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะด้านต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม เช่น การออกแบบ การย้อมสี การตลาดดิจิทัล หรือการบริหารจัดการเบื้องต้น 3) ด้านคู่แข่ง ควรมีการศึกษาแนวโน้มตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการผลิตและการตลาด หรือสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ เพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ และ 4) ด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ควรมีการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นอกจากการทอเสื้อกแบบดั้งเดิม ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่มากขึ้น เช่น กระเป๋า หมวก รองเท้า หรือของตกแต่งบ้านที่ทำจากผสมผสานกับวัสดุอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายฐานลูกค้า

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ประกอบการของกลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านขีดความสามารถขององค์กร ($\bar{x}= 4.60, S.D.=0.38$) ด้านการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ($\bar{x}= 4.59, S.D.=0.35$) ด้านลูกค้า ($\bar{x}= 4.56, S.D.=0.26$) และด้านคู่แข่ง ($\bar{x}= 4.51, S.D.=0.30$) ซึ่งไม่สอดคล้องกับนทวารธรรณ คณานุกรักษ์ (2566) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน เนื่องจากบริษัทมีการ

กำหนดข้อได้เปรียบในการแข่งขันจากสรรณที่บริษัทมีความแตกต่างจากคู่แข่ง แต่ในความเป็นจริงข้อได้เปรียบในการแข่งขันมักจะเกิดจากการรับรู้มากกว่าความเป็นจริงที่บริษัทและคู่แข่งเป็นอยู่ การเลือกวิธีการวางแผน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากกระบวนการค้นหาความจำเป็นหรือต้องการของตลาดวิเคราะห์ออกมาเป็นลักษณะความต้องการในผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด แล้วเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการนั้น กิจกรรมทางธุรกิจซึ่งทำให้สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้างและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อสนอง

2. พัฒนาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื้อกทไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มเสื้อกทไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ที่ต้องพัฒนาอันดับแรก คือ ควรออกแบบให้ทันสมัยพัฒนาลวดลาย สี สัน และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สวยงาม และน่าสนใจ เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ โดยอาจร่วมมือกับนักออกแบบรุ่นใหม่ หรือใช้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ การสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์ให้เข้มข้น เช่น สร้างเพจ Facebook, Instagram, TikTok หรือเว็บไซต์ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ โฆษณา และประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกลุ่ม ควรเรียนรู้การใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ต่าง ๆ เช่น การยิงโฆษณา การทำคอนเทนต์ที่น่าสนใจ หรือการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการผลิต การเงิน และการตลาด ควรมีการบันทึกข้อมูลและวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ

ข้อค้นพบ หรือองค์ความรู้ใหม่

ข้อค้นพบ คือ กลุ่มที่ประสบความสำเร็จไม่ได้ขายแค่เสื้อ แต่ขายพื้นที่พักผ่อนสไตล์มินิมอลหรือของตกแต่งบ้านจากธรรมชาติ โดยมีการนำเสนอผ่านภาพถ่ายที่จัดวางในบ้านสมัยใหม่ ทำให้ลูกค้าเห็นภาพการใช้งานที่ชัดเจนและเกิดแรงบันดาลใจ โดยกลยุทธ์ไม่ได้จบที่ตัวผลิตภัณฑ์ แต่รวมถึง การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ผ่านคอนเทนต์ เช่น การทำคลิปวิดีโอสั้น (Reels/TikTok) แสดงขั้นตอนการทอ, การเล่าเรื่องราวของช่างฝีมือ หรือการนำเสนอไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ปิกนิก, โยคะ สิ่งนี้สร้างคุณค่าทางอารมณ์ ที่แบรนด์ใหญ่ทำได้ยาก การสร้างแบรนด์บุคคล (Personal Branding) ให้กับช่างฝีมือในกลุ่มมีความสำคัญมาก การนำเสนอเรื่องราวชีวิตและความเชี่ยวชาญของแม่สมศรีหรือยายจันทร์ ทำให้ลูกค้าไม่ได้ซื้อแค่เสื้อ แต่ซื้อ ผลงานศิลปะและเป็นการสนับสนุนตัวบุคคลโดยตรง กลยุทธ์นี้สร้างความผูกพันกับแบรนด์ได้อย่างมหาศาล

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มเสื้อกทไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มากยิ่งขึ้น และมีการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดในด้านต่าง ๆ เช่นการจัดโปรโมชั่นในช่วงวันสำคัญต่าง ๆ ของไทย

1.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งมีตัวตนที่มองเห็นได้ของกลุ่มเสื้อกทไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มากยิ่งขึ้น และมีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มเสื้อกทไต้หวันแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

1.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับราคาของกลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม มีการแสดงราคาขายชัดเจน และกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสม

1.4 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มากยิ่งขึ้น โดยมีผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ที่ตัวแทนจัดจำหน่าย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และคมนาคมขนส่งให้เป็นระบบอัจฉริยะ (Smart Logistics) เพื่อลดต้นทุนและระยะเวลาในการขนส่งสินค้า และพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ (EEC) ให้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมเป้าหมายอย่างแท้จริง

2.2 ควรมีการใช้ข้อมูลในการทำความเข้าใจลูกค้า นำข้อมูล (Data Analytics) มาวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการเชิงลึกของลูกค้า เพื่อนำเสนอสินค้า/บริการที่ตอบโจทย์เฉพาะบุคคล (Personalization)

2.3 ควรมีการส่งเสริมนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษา, Startups หรือแม้แต่คู่แข่งในบางกรณี เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างสรรค์นวัตกรรมร่วมกัน

2.4 ควรมีการส่งเสริมการแข่งขันที่เป็นธรรม ออกนโยบายป้องกันการผูกขาดและส่งเสริมการแข่งขันที่เท่าเทียม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ (SMEs และ Startups) สามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดได้

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2566). *สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2566, จาก <https://cep.cdd.go.th/>

นภาพรณ คณานุกรักษ์. (2565). *การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.

บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. (2558). *พื้นฐานการวิจัยการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กภาพสินธุ์: ดักสิลาการพิมพ์.

รังสรรค์ เลิศในสมัย. (2565). *การตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อความความสำเร็จสำหรับผู้บริหาร SMEs*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2564). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สมบุรณ์ ชันธิโชติ. (2566). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตศาสตร์, ม.ป.ป.

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์. (2566). *ยุทธวิธีการแข่งขัน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม. (2566). *ข้อมูลสถิติและสถานการณ์จังหวัดมหาสารคาม*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2568, จาก https://mahasarakham.go.th/new/ita_67/showList?cid=17

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2568, จาก <https://e-library.moc.go.th/book-detail/18168>

สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2566). *กลุ่มเสื้อกทไบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอกอสมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2568, จาก https://www.mahasarakham.go.th/new/ebook_strategy/?limit=24