

การสังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย

หัวข้องานวิจัย: การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นบ้านโดยใช้เส้นใยไหมอีรีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับครอบครัวและชุมชน

นักวิจัย : ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ ดร.ยุวลักษณ์ จิระกิดาการ ดร.สมพิศ ทองปาน และดร.ศรีสุดา แซ่ลี่
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

แหล่งทุนงานวิจัย:โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากรรมวิธี/เครื่องมือในการผลิตเส้นไหมอีรี และผลิตภัณฑ์จากไหมอีรี สถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้สังเคราะห์งานวิจัย : ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ

กลุ่มเป้าหมายใช้งานวิจัยสังเคราะห์ : กลุ่มชาวบ้านผู้เลี้ยงไหมอีรี และผู้ผลิตเส้นใยผลิตภัณฑ์เส้นใยไหมอีรี นักวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมอีรี นักวิจัย

บทนำ

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงของโลก ไหมส่วนใหญ่ที่เลี้ยงกันในปัจจุบันเป็นไหมบ้านพันธุ์พื้นเมือง และพันธุ์ผสมต่างประเทศ ปัจจุบันได้มีการนำหนอนไหมป่า (Eri silkworms) มาเลี้ยง ซึ่งคุณสมบัติเด่นของเส้นใยธรรมชาติของรังไหมพันธุ์ดังกล่าวสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าได้ในเชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังและละหุ่ง

จากงาน“โครงการหลวงเฉลิมพระชนมายุ 80 พรรษา” ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 4 กันยายน 2550 โดย มูลนิธิโครงการหลวง ม.จ.ภิศเดช รัชนี ประธานมูลนิธิโครงการหลวง ทรงเล่าว่า สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถทรงห่วงใยราษฎรของพระองค์ และมีรับสั่งถึงไหมอีรี (Eri silkworms) ของโครงการฯ ซึ่งเป็นตัวไหมที่กินใบมันสำปะหลังเป็นอาหาร และให้คุณภาพเส้นไหมที่มีความนุ่ม โดยตัวไหมชนิดนี้จะไม่กัดรังไหมออกมา แต่จะออกมาตามช่องที่ทำไว้ก่อนหน้านั้น ทรงเห็นว่าควรจะให้เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง นำไหมชนิดนี้ไปเลี้ยง โดยใช้ใบจากต้นมันสำปะหลังที่ตัดหัวไปขายแล้วมาเลี้ยงไหมชนิดนี้เพื่อสร้างรายได้อีกทางหนึ่ง (www.thaisarn.com เข้าถึงวันที่ 13 กันยายน 2550)

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นบ้านโดยใช้เส้นใยไหมอีรีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับครอบครัวและชุมชน

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อหาคุณสมบัติเด่นของไหมอีรีที่จะสร้างโอกาสและมูลค่าทางการตลาดที่ดีที่สุด
2. เพื่อหาความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ไหมอีรีที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

3. เพื่อกำหนดปัจจัยทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายไหมอิตาลีและผลิตภัณฑ์ไหมอิตาลี

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาศักยภาพทางการตลาดของเส้นใยไหมอิตาลีในครั้งนี้ ทีมผู้วิจัยได้มีการค้นคว้าแหล่งข้อมูล ทุติยภูมิจากสื่อต่าง ๆ และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเส้นใยไหมอิตาลี ได้แก่ ผู้ทอผ้าไหม ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผ้าไหมไทย ดีไซน์เนอร์ และ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการทดสอบผลิตภัณฑ์กับตลาดในงานประกวดแผนธุรกิจแห่งชาติ MOOT BIZ ครั้งที่ 3 ที่ Central World ปี 2007 ที่กรุงเทพมหานคร และการสังเกตพฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าไหมของ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลการศึกษา

คุณสมบัติเด่นของเส้นใยไหมอิตาลี

จุดเด่นของเส้นใยไหมอิตาลี

1. เส้นใยไหมอิตาลี (Non-mulberry silk) ไม่ได้เกิดจากการเลี้ยงหนอนไหมด้วยใบหม่อน
2. เส้นใยไหมอิตาลีเมื่อผ่านกระบวนการปั่นเส้นใยแบบฝ้ายเมื่อนำมาทอเป็นผ้าไหมมีเอกลักษณ์โดดเด่น สวยงามเหมือนผ้าขนสัตว์ เนื้อผ้าหยาบนุ่มฟูมีน้ำหนักแต่เบากว่าผ้าฝ้ายเส้นใยไหมอิตาลีไม่ต่อเนื่องและเมื่อนำมาทอมีปุมปมทำให้สายผ้าทอมีเอกลักษณ์ และผ้าไหมอิตาลีแต่ละผืนจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์
3. เส้นใยไหมอิตาลีเงาวาวตามธรรมชาติ แต่ความมันวาวน้อยกว่าไหมบ้าน
4. เส้นใยไหมอิตาลีมีน้ำหนักอยู่ตัว แต่เบากว่าฝ้าย ไม่แข็งกระด้าง เมื่อนำมาผลิตเป็นผ้าฝ้ายพันคอ ผ้าคลุมไหล่ จะห่อหุ้มคอมากกว่าผ้าชนิดอื่น
5. เส้นใยไหมอิตาลีสามารถนำมาทอกับเส้นใยธรรมชาติอื่น ๆ เช่นไหมบ้าน เส้นใยฝ้าย เส้นใย กัญชง เป็นต้น แต่เมื่อนำมาทอกับเส้นใยธรรมชาติอื่น ๆ พบว่าคุณสมบัติเด่นของเส้นใยไหมอิตาลียังคงอยู่ เช่น ความนุ่ม ฟูคล้ายขนสัตว์
6. สามารถย้อมติดสีธรรมชาติได้ง่าย

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ไหมอิตาลีนอกจากในเรื่องของเส้นใยแล้ว ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เส้นใยไหมอิตาลียังสามารถ ระบุประเด็นในเรื่องการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง และเป็นการรักษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการเลี้ยงไหม การทอผ้าและการย้อมสีที่ได้จากธรรมชาติ รวมทั้งไหมอิตาลียังมีความพิเศษ ที่มีรังไหมแบบเปิด โดยรังไหมจะมีลักษณะยาวเรียวยาว สีขาวค่อนข้างแบน เส้นใยประสานกันหลวมกว่ารังไหมหม่อน โดยปลายข้างหนึ่งค่อนข้างแหลมปลายข้างหนึ่งของรังจะเปิดเป็นช่องเล็ก ๆ เพื่อให้ผีเสื้อออกจากรังได้ ดังนั้นการผลิตเส้นไหมไม่จำเป็นต้องฆ่าตัวด้ือ

เป็นจุดเด่นและจุดขาย ที่ต้องให้ความรู้กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ไหมที่ต้องการผ้าไหมที่ไม่ทำลายชีวิตสัตว์ และกลุ่มผู้บริโภคที่เน้นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ (Green Product)

ทัศนคติของกลุ่มผู้เลี้ยงไหมอิตาลี

การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เลี้ยงและผู้ผลิตผ้าไหม บ้านที่ พลล้าย อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และบ้านพนาสวรรค์ อำเภอแม่เปิน จังหวัดนครสวรรค์ ในวันที่ 25-26 มิถุนายน 2550 พบว่ากลุ่มผู้เลี้ยงไหมอิตาลีมีความพอใจในการเลี้ยงไหมอิตาลี เนื่องจาก ไหมอิตาลีเลี้ยงง่าย มีความทนต่อโรคสูง ทนแมลงศัตรู ให้อาหารเพียง 1 มื้อ/วัน ในขณะที่ไหมบ้านต้องให้อาหารถึง 3 มื้อ/วัน จึงประหยัดแรงงาน และต้นทุนเลี้ยงได้มาก การที่หนอนไหมอิตาลีมีพืชอาหารหลายชนิด อาทิ ใบละหุ่ง ใบมัน สำปะหลัง ในขณะที่ไหมบ้านต้องเลี้ยงด้วยใบหม่อน และมักขาดแคลนในฤดูร้อน ทั้งนี้กลุ่มผู้ผลิตไหมอิตาลีไม่ถือว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนในการผลิต และยังเป็นรายได้เสริมสำหรับครอบครัว

การนำดักแด้ และตัวหนอนไหมอิตาลี ไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร หนอนทอดกรอบ ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการ ขณะที่ต่างประเทศ นำตัวหนอนไหม ใช้เป็นอาหารคนและสัตว์มานานแล้ว จึงเป็นโอกาสในการผลิตเป็นอาหารส่งออก นอกจากนี้ไหมยังสามารถใช้เป็นปุ๋ยชีวภาพได้ ซึ่งหากได้รับการส่งเสริมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมด้านการตลาดก็จะเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตและชุมชน โดยรูปแบบการเลี้ยงสามารถใช้อองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นลักษณะเดียวกับเลี้ยงไหมบ้าน

การรับรู้ผลิตภัณฑ์ไหมอิตาลีจากผู้บริโภค/ผู้ผลิตและจำหน่าย ดีไซน์เนอร์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม หลังจาก สัมผัสด้วยตา มือ และให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตเส้นใยไหมอิตาลี

ผลการศึกษาพบดังนี้

ก. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเส้นใยไหมอิตาลีมีความน่าสนใจที่เป็นเส้นใยไหมรังเปิด กระบวนการได้เส้นใยโดยไม่ต้องฆ่าสัตว์

ข. กลุ่มตัวอย่างรับรู้ความแตกต่างของอาหารที่ใช้เลี้ยงหนอนไหมอิตาลีที่แตกต่างกัน ระหว่างหนอนไหมได้จากการเลี้ยงด้วยใบหม่อน (Mulberry silk) กับหนอนไหมที่ได้จากการเลี้ยงด้วยใบพืชชนิดอื่น (Non Mulberry silk) เช่น ใบมัน สำปะหลัง และใบละหุ่ง กลุ่มผู้ผลิตเส้นใยไหมอิตาลีพบว่า เส้นใยไหมอิตาลีที่ผลิตจากใบละหุ่งจะดูสวยงามกว่าเส้นใยไหมอิตาลีที่ผลิตจากใบมัน สำปะหลัง ดีไซน์เนอร์และผู้ประกอบการผลิต/จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและเส้นใยธรรมชาติให้ความเห็นว่า เส้นใยไหมอิตาลี เมื่อนำมาทอเป็นผืนผ้าพบว่า มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผ้าทอที่ได้จากเส้นไหมให้ผ้าที่มีลายเฉพาะตัว สวยคลาสสิก ลักษณะคล้ายทำจากขนสัตว์ น้ำหนักอยู่ตัวและเบา เนื้อผ้าที่ได้จากการทอมีความนุ่ม สวยแปลกตา สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ระดับบน (High-end) ได้ จากคุณสมบัติดังกล่าวจึงมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากไหมอิตาลี เมื่อมาผ่านการออกแบบโดยดีไซน์เนอร์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย อาจผลิตเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยเน้นความเรียบง่าย เท่ มีความทันสมัยและคลาสสิกในตัว ผ่านการย้อมสีจากธรรมชาติ มีลักษณะสวมใส่สบายเข้ากับไลฟ์

สไตล์ที่เรียบง่าย สามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส ภายใต้แนวความคิดที่ว่า “Easy functional stylelist at all ages” อีกทั้งยังสามารถผลิตเป็นของประดับตกแต่งบ้าน เช่น ปลอกหมอน พรม

ค. กลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงการเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยชุมชนของเส้นใยไหมอิตาลี และหนอนไหมอิตาลีเป็นแมลงเศรษฐกิจ ที่เพิ่มมูลค่าให้กับใบมันสำปะหลัง และเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังและมีความเห็นอีกว่าควรให้ภาครัฐสนับสนุนส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังมาเลี้ยงหนอนไหมอิตาลีเป็นอาชีพเสริม

ง. คุณสมบัติเด่นของเส้นใยไหมอิตาลีทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสนใจ และเกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ไหมอิตาลีได้ง่าย แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐควรมีการสนับสนุนการพัฒนากระบวนการผลิตเส้นใยให้ได้มาตรฐาน ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานในการผลิตและมาตรฐานในการย้อมเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน อีกทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยภาครัฐ อันได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ควรให้การสนับสนุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมอิตาลีให้เป็นสินค้าอุตสาหกรรม

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเส้นใยไหมอิตาลี

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ดีไซน์เนอร์ และผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สามารถสรุปถึงลูกค้าเป้าหมายและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting)

- เพศชายและหญิง ระดับรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป
- มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า
- มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติไทย
- กลุ่มผู้บริโภคที่เน้นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
- ชอบนวัตกรรมที่แปลกใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม Green Product

ข้อเสนอแนะด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เส้นใยไหมอิตาลี

จากการศึกษาศักยภาพทางการตลาดเส้นใยไหมอิตาลีพบว่า เส้นใยไหมอิตาลีสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้หลากหลาย และมีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ รวมทั้งสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ระดับบน ซึ่งการศึกษานี้มีข้อเสนอแนะด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 4Ps ของส่วนประสมทางการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพเส้นใย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีคุณภาพ และการพัฒนาด้านตลาดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ที่จะนำเสนอในตลาดต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าในมุมมองของลูกค้า (Customer value) ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของเส้นใยที่ใช้ในการผลิตสินค้า การใช้สี

ยอมรับธรรมชาติ กระบวนการผลิตเส้นใยที่มุ่งเน้นการไม่ทำลายชีวิตสัตว์ กระบวนการทอ ดังนั้นจากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ต้องมีการพัฒนาคุณภาพของเส้นใยไหมอิตาลีให้มีมาตรฐานอุตสาหกรรมถึงทอ และมีการทดสอบเส้นใยตามมาตรฐานสิ่งทอ เพื่อผลักดันสินค้าให้อยู่ในรูปของอุตสาหกรรม
2. มีการควบคุมกระบวนการผลิตเส้นใย การทอผ้า รวมทั้งการย้อมและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย
3. มีการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการปั่นเส้นไหม เพื่อให้สามารถผลิตเส้นไหมได้ปริมาณที่มาก และมีคุณภาพสูง
4. จัดอบรมกลุ่มเครือข่ายผู้เลี้ยงไหมอิตาลี คนปั่นไหม คนทอผ้าให้เข้าใจถึงคุณภาพการผลิตที่มีมาตรฐานเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนของเส้นใยไหมอิตาลี
5. ปัจจุบันกำลังการผลิตเส้นใยไหมอิตาลียังมีน้อย ถ้าตลาดมีความต้องการในสินค้าและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ทำให้ผู้บริโภครู้สึก/ผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปเส้นใยธรรมชาติเปลี่ยนไปใช้เส้นใยธรรมชาติอื่นทดแทน ดังนั้นการขยายเครือข่ายผู้เลี้ยงไหมอิตาลี และการบริหารเครือข่ายของผู้เลี้ยงไหมอิตาลีให้ได้เส้นใยที่มีคุณภาพมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาไหมอิตาลีสู่ภาคอุตสาหกรรม

6. มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ผลิตภัณฑ์จากเส้นใยไหมอิตาลี ไหมอิตาลีสามารถนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้หลากหลาย

1. ผลิตภัณฑ์กลุ่มเคหะสิ่งทอ ประกอบไปด้วย ปลอกหมอนอิง และปลอกหมอนหนุน พรหมเช็ดเท้า Table Runner ผ้าทอลวดลายประดับผนัง (wall hanging)
2. ผลิตภัณฑ์กลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากเส้นใยไหมอิตาลีสำหรับสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี เช่น เสื้ออกกางเกง เสื้อคลุมอาบน้ำ เครื่องนุ่งห่มใน spa
3. ผลิตภัณฑ์กลุ่มหัตถสิ่งทอ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าขัดตัว
4. ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางรังไหมอิตาลี นářังไหมอิตาลีที่สะอาดมาตัดปลายมาใช้ดูบนใบหน้า เนื่องจากเป็นไหมที่คุณสมบัติมีสารที่มีโปรตีนสูง

แต่อย่างไรก็ตามกรณีที่น่าผ้าทอไหมอิตาลีมาตัดเย็บเป็นสินค้าสำเร็จรูปต่างๆ และมีเศษวัสดุเหลือใช้ (เศษผ้าต่าง ๆ) ไม่ควรนำเอาเศษผ้าเหล่านั้นมาผลิตสินค้าที่ทำให้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เส้นใยไหมอิตาลีเสีย เช่น นำมาผลิตถุงใส่เทียนหอม กล่องใส่กระดาษทิชชูซึ่งทำให้มูลค่าสินค้าต่ำลง

ด้านราคา (Price)

จากการศึกษาโดยสัมภาษณ์ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เส้นใยไหมอิตาลีพบว่า การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้ผลิตสินค้า และผู้ผลิตไม่สามารถคำนวณต้นทุนในการผลิตได้ ดังนั้นควรมีการจัดอบรมวิธีคิดราคาค่าต้นทุนสินค้า และการกำหนดราคาสินค้า เพราะการกำหนดราคาขายสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของการทำกำไรและความสำเร็จให้กับกิจการ และหากตั้งราคาผิดพลาดอาจทำให้ประสบกับการ

ขาดทุนและไม่สนใจให้กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังมาเลี้ยงหนอนไหมอริ ในด้านผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกสับสนไม่แน่ใจในคุณภาพสินค้าอันเนื่องมาจากการตั้งราคาที่ไม่ได้มาตรฐาน จากคุณสมบัติเด่นของไหมอริที่แตกต่างจากไหมทั่วไป และความมีเอกลักษณ์ของเส้นใยไหมอริ การให้ความรู้ถึงคุณค่าของเส้นใยไหมอริกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเกิดการยอมรับในการตั้งราคาของผู้ประกอบการอันนำไปสู่การพัฒนาเส้นใยไหมสู่ตลาดอุตสาหกรรม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากการประชาสัมพันธ์โดยสื่อต่างๆ ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรับรู้ถึงคุณลักษณะและจุดเด่นของเส้นใยไหมอริมากขึ้น ดังนั้นเมื่อลูกค้ารับรู้และเกิดความต้องการ การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นมุ่งเน้นการสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า (Convenience)

ในช่วงแรกโครงการฝ้ายเกมไหมควรเป็นคนกลางในการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายผู้เลี้ยงไหมอริ และมีการสร้างผู้นำกลุ่มเครือข่ายและขยายให้กลุ่มดำเนินการเองในการจัดจำหน่าย มีการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า และจัดสัมมนาเพื่อสร้างเวทีพบปะระหว่างผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปเส้นใยธรรมชาติและผู้ประกอบการ เพื่อระดมความคิดเห็น ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงกับทั้งภาครัฐและเอกชน, การขายผ่านพิพิธภัณฑ์สิ่งทอ (ศูนย์จำหน่ายสินค้าในหมู่บ้าน การรวมตัวกันของเกษตรกรและสหกรณ์) เข้าร่วมงาน Thai Craft ที่กรุงเทพฯ ทุกเดือน

การมีร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายไหมอริ ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้มีจุดที่สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทันทีที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1. การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นใยไหมอริ โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ โดยมุ่งเน้น การสร้างการรับรู้ถึงคุณสมบัติเด่นของไหมอริ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเส้นใยไหม การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และการรักษาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งการให้ความรู้ถึงคุณค่าของเส้นใยไหมอริกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเส้นใยไหมอริสู่อุตสาหกรรม ต้องมีการทำอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นให้ผู้ที่มีความรู้และความสามารถในการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ได้ดี สามารถอธิบายกระบวนการเลี้ยง จนถึงการผลิตไหมอริ จากต้นน้ำถึงปลายน้ำ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าในมุมมองของลูกค้า (Customer value) การใช้สื่อวีดิทัศน์เล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของการผลิตเส้นใยไหมอริ จะทำให้เห็นภาพชัดเจนมากขึ้น ควรเข้าร่วมงานนิทรรศการต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นใยธรรมชาติในส่วนกลางและของจังหวัด ในนิทรรศการมีการสาธิตวิธีการปั่นเส้นใยไหมอริ ให้เห็นถึงลักษณะหนอน/รังไหมอริ ต้องเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับในสินค้า

2. การโฆษณา โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เส้นใยไหมอริ คุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์ เส้นใยธรรมชาติไหมอริ ลงในแผ่นพับ ใบปลิวต่าง ๆ เมื่อมีการนำผลิตภัณฑ์ เข้าร่วมจัดงานแสดง

นิทรรศการต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงกับหน่วยงานรัฐ และเอกชน โบร์ชัวร์ (Boucher) บอกรายละเอียดของความ เป็นมาโครงการฝ่ายเกมใหม่และผลิตภัณฑ์ เส้นใยไหมอิตาลี เพื่อแจกในงานอีเวนต์ และการออกงานแสดง สินค้าต่างๆ อีกทั้งการทำป้าย (Tag) ข้อมูลที่ติดมากับผลิตภัณฑ์ การทำป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์ การ โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ (Free Copy) เช่น City Life, Welcome to Chiang Mai เป็นต้น อีกทั้งมีจัดทำ เว็บไซต์สำหรับเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และ โครงการเครือข่ายอิตาลีผ่านทางเว็บไซต์

3. การส่งเสริมการขาย ในกรณีที่มีผู้ผลิตและผู้จำหน่ายต้องการซื้อสินค้าจำนวนมากๆ มีการ ให้ส่วนลด การลดราคากับลูกค้าประจำ การจัดงาน Grand opening ร่วมกับองค์กรต่างๆ