

Proceedings

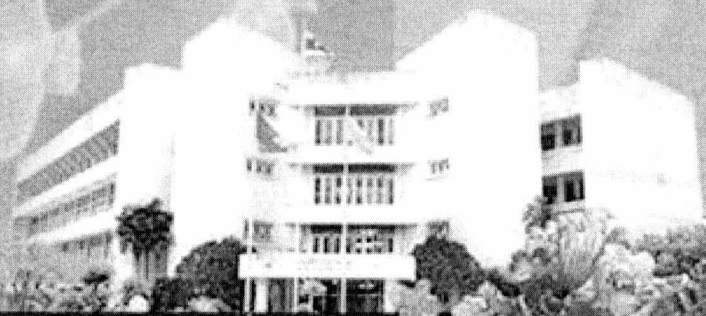
การประชุมวิชาการระดับชาติ

ศึกษาศาสตร์วิจัย ครั้งที่ 1



• คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

วันที่ 29-30 พฤษภาคม 2557
ณ โรงแรมทรรษา เจบี หาดใหญ่
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



<http://eduit.pn.psu.ac.th/er2014>

สนับสนุนโดย



ISBN 978-616-271-185-5

การประชุมวิชาการระดับชาติ “ศึกษาศาสตร์วิจัย” ครั้งที่ 1
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ISBN 978-616-271-185-5

พิมพ์ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2557 จำนวน 500 เล่ม
ราคา 359 บาท
(สงวนลิขสิทธิ์)

พิมพ์ที่ บริษัท แม็กซ์มีเดีย วาย 2 เคเพรส จำกัด
18 ถนนตันรัตนากร(ตรงข้ามโรงแรมเอ็มเพอเรียร์) อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทร. 074-236850, 086-4907243
Fax 074-236850
อีเมล : maxmedia2007@hotmail.com

จัดทำโดย คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

จัดจำหน่ายโดย คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชิตชนก เชียงแก้ว
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ธีรพงศ์ แก่นอินทร์
3. รองศาสตราจารย์ ดร.คณิตา นิจรักกุล
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย นภาพงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพัทธ์ ทองแท้
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สัปพันธ์
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรินทร์ อักษรนิตย์
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมดี อาพัฒน์นันท
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุใจ ส่วนไพโรจน์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริยา คูหา
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษตรชัย และหิม
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ ทองเผื่อ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ธรรมสังการ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เครือศรี วิเศษสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กุสุมา ล่านุ้ย
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บัณฑิต ดุลยรักษ์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาฟีฟิ ลาเต๊ะ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิฟาริต ระเด่นอามัด
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรเพ็ญ ภัทรนุชาพร
21. อาจารย์ ดร.อุสมาน สารี
22. อาจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ รอบคอบ
23. อาจารย์ ดร.มัยดี แวดราแม
24. อาจารย์ ดร.ณัฐินี โมพันธ์
25. อาจารย์ ดร.ศักรินทร์ ชนประชา
26. อาจารย์ ดร.ธีระยุทธ รัชชะ
27. อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ กาจญญาญา
28. อาจารย์ ดร.โอภาส เกาไศยาภรณ์
29. อาจารย์ ดร.นที บัญจันทร์
30. อาจารย์ ดร.ฐปนวรรษ ประทีปเกาะ
31. อาจารย์ ดร.วุฒิชัย เนียมเทศ
32. อาจารย์ ดร.ฤทัยชนนี สิทธิชัย
33. อาจารย์ ดร.วันพิชิต ศรีสุข
34. อาจารย์ ดร.บุญญาสา แซ่หล่อ
35. อาจารย์ ดร.อนุวัติ สงสม
36. อาจารย์ ดร.ฮัมเดีย มุดอ
37. อาจารย์ ดร.วารุณี ณ นคร



38. อาจารย์ ดร.มูฮัมหมัด บินแสละ
39. อาจารย์จุทา ธรรมชาติ
40. อาจารย์สนั่น เพ็งเหมือน
41. อาจารย์ยุพดี ยศวริศสกุล
42. อาจารย์ฮามีดี๊ะ มุสอ
43. อาจารย์วิมล ภคธีรเชียร
44. อาจารย์สุรรัตน์ รงเรือง
45. อาจารย์จารึก อรรถสงเคราะห์
46. อาจารย์วัฒน์ะ พรหมเพชร
47. อาจารย์ยุพาวัดน์ อัมชูวัฒนา
48. อาจารย์รอฮานา ซนีย์เย็ง
49. อาจารย์ลลิตา บุญธง
50. คุณรสเมื้อะ มะมิง

มหาวิทยาลัยทักษิณ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นิรันดร์ จุลทรัพย์
2. รองศาสตราจารย์น้อม สังข์ทอง
3. รองศาสตราจารย์สุเทพ สันติวรานนท์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนทรา กล้านรงค์
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข อุดม
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรวรรณี ลิ้มอักษร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. รองศาสตราจารย์ ดร.กนกอร สมปราชาญ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ถนอมวรรณ ประเสริฐเจริญสุข
3. รองศาสตราจารย์ ดร.มงคล ดอนขวา
4. รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา อารีรัตน์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ วิจักขณาลัญญ์
6. รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี ชัยเจริญ
7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวีรี ศิวะแพทย์
8. รองศาสตราจารย์ประภาพร ศรีตระกูล
9. รองศาสตราจารย์ลัดดา ศิลาน้อย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุณี ชามาศย์
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวี สระน้ำคำ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย เนตรถนอมศักดิ์
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี จันทรเพ็ง
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ เต็มเดชาติพงศ์
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรินทิพย์ รักษาสัตย์
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพล อาจอินทร์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนนชาติ เจริญครบุรี
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณี สิริสุขศิลป์



19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคณา ตุงคะสมิต
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ก้านจักร
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กาญจนา ดาราศักดิ์
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทมพร ทนินชัยบุตร
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิ วนิชาชีวะ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราวิรัช เผือกพันธ์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธชา รุญเจริญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นพดล มีไชโย
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปนัดดา ญวนกระโทก
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ สิมารักษ์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลิขิต อมาตยคง
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภชัย แสงสุทธิ
31. อาจารย์ ดร.จตุภูมิ เขตจัตุรัส
32. อาจารย์ ดร.นฤมล อินทร์ประสิทธิ์
33. อาจารย์ ดร.ประกฤษติยา ทักษิโณ
34. อาจารย์ ดร.ประยุทธ ชูสอน
35. อาจารย์ ดร.วายุ กาญจนสร
36. อาจารย์ ดร.สมพงษ์ พันธุ์รัตน์
37. อาจารย์ ดร.อนุชา โสมาบุตร
38. อาจารย์ปรีชา เครือวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลวรรณ ตั้งธนานนท์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ สมพงษ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา นันทะไชย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมภรณ์ พิมพ์ทอง
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เมธินี วงศ์วานิช รัชมภาภรณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
2. รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงษ์
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถุน บางท่าไม้
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ
6. อาจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ เหมะประสิทธิ์



มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญญัติ ยง่วน

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรนุช ศรีสะอาด

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อาจารย์สรเพชร เทียงเกต

ข้าราชการบำนาญ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.มารุต คำชะอม
2. รองศาสตราจารย์ปราณี ทองคำ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ บุญช่วย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำภา บุญช่วย
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี นิลกรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศน์ัย กิรดิรัตน์นะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐขจร

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

อาจารย์ ดร.สมประสงค์ เสนารัตน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาจารย์พัทนา สุวรรณแสน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

อาจารย์ ดร.สุมาลี พงศ์ติยะไพบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ราตรี นันทสุนันท์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระยุทธ ชาตะกาญจน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยารัตน์ คงนาลี

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

อาจารย์นิมารูณี หะยีวาเงาะ



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

อาจารย์สุดคณิง ณ ระนอง

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิน เดชพิชัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ ทิพย์รัตน์

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

อาจารย์ ดร.นพมาศ อัครจันทโชติ

มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวัฒน์ สองเมือง

วิทยาลัยเซนต์หลุยส์

อาจารย์ ดร.สมชาย แซ่เตี่ยว

นักวิจัยอิสระ

ดร.เดช เกตุฉ่ำ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

ดร.ปานเทพ ลาภเกษตร
อาจารย์ภานุพงษ์ พนมวัน

สำนักงานศึกษาธิการ ภาค 8

อาจารย์กมลวรรณ กลั่นเกลี้ยง

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1

ดร.ชาริษฐ์ สื่อนิ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2

อาจารย์มุขัมหมัดฮัสสัน อาสลัม อัลอิลลาส

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 3

ดร.พิทยุทธ์ กงกุล
อาจารย์นียอ บาฮา

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา 15

ดร.อาอีดีะ ยีเจ๊ะนิ

ธนาคารออมสิน สาขาสาบบุรี

คุณกิพีร์ อุมา



กลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจแบบการค้าที่เป็นธรรมของร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี The fair trade marketing strategies of the Family tree's business

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ วุฒิเดช อุซชิน^{2*} และสิริวิมล นอกเมือง²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาศาขการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*E-mail : wuthidet@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการให้ความหมายและที่มาของความหมายของ การค้าที่เป็นธรรม ของร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี 2) เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การค้าที่เป็นธรรม ของ ร้าน เดอะแฟมิลี่ ทรี โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 5 คน ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ พนักงานขาย และพนักงานฝ่ายจัดซื้อ ร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี รวมทั้งลูกค้าที่ใช้บริการอีก 10 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) การให้ความหมาย คือ การค้าที่เป็นธรรมทั้งต่อผู้ผลิตสินค้าผู้ประกอบการ และลูกค้า โดยเน้นให้ผู้ผลิตมีความสุข ความปลอดภัย มีรายได้ที่เหมาะสมในการทำงาน และมีความยินดีในสินค้าของตนเอง และที่สำคัญจะไม่มีกรกดขี่ หรือใช้แรงงานเด็ก(2) รูปแบบในการดำเนินงาน คือ นำหลักการการค้าที่เป็นธรรมมาใช้บริหารจัดการในธุรกิจ มุ่งพัฒนาความเป็นอยู่ของผู้ผลิต ราคาที่เป็นธรรม ไม่ใช่แรงงานเด็ก รณรงค์ให้มีการเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์และวิธีการค้าขายแบบดั้งเดิมที่ผู้ผลิตรายย่อยมักจะถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ปกป้องสิทธิมนุษยชน และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทางด้านกลยุทธ์ คือ เน้นไปที่การให้เรื่องราวในตัวสินค้า เน้นตั้งราคาค่อนข้างสูง จัดวางตำแหน่งของสินค้าเรียงลำดับตามความนิยม และจัดทำสื่อ ให้ตอบสนองต่อการรับรู้ของลูกค้า (3) ปัญหาและอุปสรรค คือ เรื่องเงินทุน มีบุคลากรไม่พอต่อการขาย ผู้ประกอบขาดความรู้ทางการตลาด บุคลากร และลูกค้า ไม่มีความรู้ในเรื่องของการค้าที่เป็นธรรม จะถูกแก้ไขโดยการให้ความรู้แก่ตัวบุคลากร และประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคคลทั่วไปเพื่อให้เข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการค้าที่เป็นธรรม มากขึ้น พร้อมทั้งอบรมความรู้ทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นระบบมากขึ้น

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด การดำเนินธุรกิจ การค้าที่เป็นธรรม

Abstract

The Objectives of this research 1) study the meaning of Fair Trade 2) study the pattern and Strategies of Fair Trade Business ,By collecting data from paper-based documents, observations and in-depth interviews of entrepreneur employee and 10 customers. The result found that 1) Fair Trade for both producers and customers by focusing on entrepreneurial manufacturers feel a happy and a safe, earning the right to work. And pleasure in their product. More important, there is no oppression and no use child labor. The Strategies of this store was the developing a manufacturer living, the justified price, no using a child labour, the persuading to change the rules of the trade and ways of small producers which often is exploited by middlemen. the protecting human rights And environmental issues 3) the problems and obstacles of Fair trade Business were solved by give a knowledge to employee and advertise customer to know the meaning of the Fair Trade. the last, the entrepreneur must was trained about the marketing knowledge.



บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs ; Small and Medium Enterprises) มีความหมายรวมถึงอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) กิจการค้าส่งและค้าปลีก (Whole sale and Retail) และกิจการบริการ (Service) คิดเป็น 95 % ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศไทย และมีการจ้างงานกว่า 50 % ของธุรกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีส่วนสำคัญต่อการสร้างงาน สร้างรายได้ และเป็นพื้นฐานในการพัฒนาธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไป อย่างมาก แต่ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บ้านเรายังมีปัญหามากหลายประการ เช่น ด้านการตลาด ขาดแหล่งเงินทุน ด้านแรงงาน เทคโนโลยีการผลิตขีดจำกัดด้านการบริหารจัดการ ปัญหาด้านการส่งเสริมของรัฐและเอกชน ปัญหาด้านการให้บริการของรัฐ และการรับรู้ข่าวสารดังนั้นก็มีความสำคัญกับธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพราะเป็นปัญหาพื้นฐานของภาคเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่แท้จริงและเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนด้วย หรือ เมื่อธุรกิจ SMEs อยู่รอดและเติบโตได้ ภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่แท้จริง (Real Sector) ก็จะอยู่รอดได้เช่นกัน ดังนั้นธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงต้องมุ่งเน้นสร้างกลยุทธ์เพื่อรับมือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดในอนาคตให้ได้ (อ้างอิง : บทความ SMEs จากบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.))

การทำกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีส่วนสำคัญอย่างมาก ในการทำให้ธุรกิจประเภทนี้ให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากทำให้สามารถต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ หนึ่งในนั้นคือการทำกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้แนวความคิดการค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) เป็นความพยายามในการส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรม โดยเน้นสินค้าและบริการจากประเทศโลกที่สามและโลกที่สองไปยังประเทศโลกที่หนึ่ง จุดประสงค์หลักๆ คือเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศผู้ผลิตให้ได้รับความเป็นธรรมมากขึ้น และแนวคิดเรื่องการค้าที่เป็นธรรมนี้มีมานานแล้ว แต่เพิ่งมาเห็นเป็นรูปธรรมเมื่อมีการนำฉลากสินค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade Label) มาใช้ ฉลากนี้เป็นเครื่องหมายการค้าที่รับรองว่าสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มนั้นซื้อสินค้าและวัตถุดิบจากเกษตรกรในประเทศกำลังพัฒนา ด้วยราคาที่เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบ มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม ถ้าเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ก็ต้องไม่กดขี่แรงงาน ไม่ใช่แรงงานเด็ก และสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้น นอกจากนี้กระบวนการผลิตสินค้ายังมีส่วนช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย แม้ว่าคนในยุคสมัยเราจะคุ้นเคยกับสังคมแบบทุนนิยม ที่แก่งแย่งชิงดีกันอย่างดุเดือด และถือว่าเหตุการณ์ทำนองว่าปลาใหญ่กินปลาเล็ก เป็นเรื่องปกติ แต่ทว่าเมื่อสังคมเปิดโอกาส และผู้คนยังให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดเรื่องการค้าที่เป็นธรรมจึงได้รับการตอบรับอย่างมาก จนอาจมีบทบาทในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ และทำให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน (อ้างอิง : บทความการตลาด จากเว็บไซต์ <http://www.marketeer.co.th/>)

ร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี นั้นเป็นธุรกิจขนาดย่อมประเภทหนึ่ง เป็นร้านของฝากกลางย่านนักท่องเที่ยวเมืองหัวหิน ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ระบบการค้าแบบเป็นธรรม โดยการสนับสนุนงานที่ทำมือ ซึ่งผลิตโดยกลุ่มชุมชนเล็กๆ ในต่างจังหวัด เพื่อเป็นการส่งเสริมการประกอบอาชีพให้ชาวบ้านเหล่านั้นเพื่อไม่ต้องออกไปทำงานไกลบ้าน ได้ทำงานที่ตนรัก และมีความชำนาญ ไม่มีความเสี่ยงเรื่องการเดินทาง และที่สำคัญไม่ถูกกดขี่ในการทำงาน เช่น การกดขี่เรื่องค่าแรง การกดขี่เรื่องเวลาการทำงาน รวมทั้งไม่ใช่แรงงานเด็ก ทำให้ชาวบ้านมีความยินดีและมีความสุขที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพส่งให้กับทางร้าน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มศิลปินอิสระที่ผลิตสินค้าแนวสีเขียว ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีการออกแบบใหม่ๆ สวยๆ เป็นแนวของตัวเอง การผลิตสินค้ามีการดูแลผู้ผลิตที่ดี ที่สำคัญอยากช่วยสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าได้ค่อนข้างน้อย มีข้อจำกัดด้านปริมาณ อยากให้ร้านมีส่วนช่วยเป็นตลาดให้กับกลุ่มเหล่านี้ ที่เขาจะไม่สามารถสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ ได้ จึงทำให้เหมือนเป็นเสน่ห์ เป็นจุดขายของร้านไป ที่สินค้าทำมือโดยกลุ่มชาวบ้าน มีน้อยชิ้น ส่วนใหญ่จะมีแค่ชิ้นเดียว หมดแล้วหมดเลย เป็นต้น

สินค้าหลักในร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี ประกอบด้วยงานศิลปะของศิลปินที่คิดบวก เช่น สร้อยที่ทำจากกระดาษ กระเป๋าหนังที่ทำจากเศษหนัง หรือกระเป๋าที่ทำจากขวดน้ำใช้แล้ว งานผ้าและผลิตภัณฑ์แบบไทยๆ ของเล่นและตุ๊กตาแบบไทยๆ ที่ร้านมีกลุ่มผู้ผลิตที่หลากหลายสินค้าที่แตกต่างกันมากกว่า 200 ชนิด ทำให้มีสินค้าที่เหมาะสมกับคนทุกผู้ทุกวัย จากการที่ธุรกิจอันนี้ค่อนข้างมีอุปสรรคพอสมควร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องมีจิตอาสาพอสมควร ไม่เช่นนั้นจะขายสินค้าในร้านได้ยากมาก เพราะสินค้าหลายอย่างดูไม่แตกต่างจากสินค้าที่วางขายตามตลาดทั่วไป ตามแผงลอย ที่ราคาเหมือนจะถูกกว่า เราจึงจำเป็นต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ ความใส่ใจในตัวสินค้า เราต้องถ่ายทอดให้ลูกค้าเข้าใจได้ว่าความแตกต่างสินค้าของเรา และการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน มีบ้างที่เป็นอุปสรรค ยกตัวอย่างเช่น เมื่อลูกค้าต้องการของน้อยชิ้นของเราใน



ปริมาณที่เยอะ เช่นนำไปขายต่อ เราจะเสียลูกค้าเหล่านี้ไป เพราะปริมาณการผลิตของเราจำกัด เป็นต้นด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดในการดำเนินธุรกิจแบบการค้าที่เป็นธรรมชาติของร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี เพื่อศึกษาการให้ความหมายและที่มาของความหมายของ การค้าที่เป็นธรรม และเพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินการค้าที่เป็นธรรม ของ ร้าน เดอะแฟมิลี่ ทรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกใช้วิธีวิทยาเชิงปรากฏการณ์วิทยา เนื่องจาก ในการเก็บข้อมูลนั้น ต้องอาศัยข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจตามแนวคิดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 5 คน คือ เจ้าของธุรกิจ พนักงานชาย และพนักงานฝ่ายจัดซื้อ ร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี รวมทั้งลูกค้าที่ใช้บริการ 10 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) รวบรวมข้อมูลจากบทความ และเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาครั้งนี้ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ประกอบการร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 1) ตัวผู้วิจัย คือ สิ่งสำคัญที่สุดในการวิจัย ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยต้องศึกษาข้อมูลเบื้องต้นก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ 2) แนวคำถามในการวิจัยสร้างจากกรอบทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3) เครื่องมืออื่นๆ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง ใช้บันทึกข้อมูลจากคำพูดของผู้ถูกสัมภาษณ์ตั้งแต่เริ่มต้นการสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลที่ได้ออกถอดแบบคำต่อคำเพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล และสมุดจดบันทึก เพื่อจดข้อมูลสำคัญเป็นพิเศษ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว ก่อนนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้วิธีสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งการตรวจสอบออกเป็น 2 แบบ 1.การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีที่เก็บรวบรวมข้อมูลเดียวกัน โดยการใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกับการศึกษาจากเอกสารอ้างอิงประกอบด้วย พบว่า ข้อมูลมีลักษณะที่เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลของผู้วิจัยถูกต้อง 2. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบทฤษฎีที่ใช้มีหลากหลายแล้ว ข้อมูลทฤษฎีมีความเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ หากพบว่าทฤษฎีที่นำมาใช้ ได้ข้อมูลเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลผู้วิจัยมีความถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ด้วยการถอดเทปการสนทนาแบบคำต่อคำ (Verbatim) เมื่อผู้ศึกษาได้ข้อมูลที่ครบถ้วนแล้ว นำข้อมูลที่ได้อ่านวิเคราะห์หว่า หลักของการดำเนินกิจการแบบการค้าที่เป็นธรรมเป็นเช่นไร และทางผู้ประกอบการก็ได้ดำเนินการตามหลักการของธุรกิจในเรื่องของการติดต่อซื้อขายกับผู้ผลิตอย่างเป็นธรรม ทั้งยังศึกษาด้านกลยุทธ์และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ร้าน เดอะ แฟมิลี่ ทรี พบว่า ทางร้านได้ดำเนินธุรกิจแบบการค้าที่เป็นธรรมมาเป็นเวลามากกว่า 2 ปี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตตามชุมชนเล็กๆ ในต่างจังหวัด ให้ประกอบอาชีพที่ไม่เสี่ยงอันตราย ทำงานที่ตนรัก และที่สำคัญคือไม่ใช้แรงงานเด็ก และยังต้องการนำเสนอสินค้าทำมือของคนไทยไปสู่ชาวต่างชาติ ทั้งประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้แนวความคิดการค้าที่เป็นธรรม

กลยุทธ์

สำหรับด้านกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของร้าน แฟมิลี่ ทรี โดย อาศัยหลัก 7p ในการวิเคราะห์ คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) - ผู้ประกอบการเน้นไปที่การให้เรื่องราวในตัวสินค้า โดยเริ่มตั้งแต่ที่มาของแนวความคิดที่ให้ข้อมูลในเรื่องการค้าแบบเป็นธรรม เน้นการส่งเสริมชาวบ้านในชุมชนเล็กๆ เพื่อให้ลูกค้าซึมซับแนวความคิดหลัก และเกิดความสนใจในตัวสินค้า รวมทั้งการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และความใส่ใจที่จะส่งสินค้าที่มีคุณภาพ และเกิดจากความใส่ใจในทุกขั้นตอน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เช่น ผ้าไหม พนักงานชายจะให้ข้อมูลแก่ลูกค้าว่า สินค้าชิ้นนี้เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตของไทยในอดีตใส่เท่านั้น และใช้ผู้เชี่ยวชาญในการจัดทำเป็นเวลานาน



2. ด้านราคา (Price) – ผู้ประกอบการเน้นตั้งราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากตัวสินค้าในร้านนี้ทั้งหมดนั้นถูกทำขึ้นด้วยมือ ความใส่ใจ และใช้เวลาทำค่อนข้างนาน จึงต้องการทำให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าในตัวสินค้ามากขึ้น สื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจถึงที่มาทุกด้านในตัวสินค้า รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือหรือการให้ความเป็นธรรมต่อผู้ผลิตซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในการตั้งราคาสินค้า ส่งผลให้ลูกค้ามียินดีที่จะจ่ายตามราคาที่ตั้งไว้ เช่น สินค้าผ้าไหม ตัวผู้ประกอบการได้ตั้งราคาให้สูงกว่าราคาสินค้าที่ใกล้เคียงกันจากโรงงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนช่วยชาวบ้าน และแสดงถึงรสนิยม

3. ด้านการจัดวางตำแหน่งของสินค้า (Place) – ผู้ประกอบการเน้นสิ่งที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจมาก มาจัดแสดงให้เห็นได้จากภายนอก เช่น ผ้าไหม โปสการ์ดต่างๆ แล้วถึงค่อยๆ จัดเรียงความสำคัญของตำแหน่งสินค้า ที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นลำดับถัดไปเรื่อยๆ ภายในร้านจะมีการจัดวางสินค้าไว้เป็นสัดส่วนชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกของลูกค้า โดยมีทั้งโซนเครื่องประดับ เครื่องหอม ของตกแต่งบ้าน ivo อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นการแสดงศักยภาพของชาวบ้านตามชุมชนเล็กๆ ที่มีความสามารถในการผลิตสินค้า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) – ผู้ประกอบการไม่มีการส่งเสริมด้านราคา แต่พูดถึงเรื่องการโฆษณาเน้นไปที่ การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ โดยเว็บไซต์จะแสดงข้อมูลเรื่องธุรกิจการค้าอย่างเป็นธรรม การส่งเสริมอาชีพ การช่วยเหลือชาวบ้านตามชุมชนเล็กๆ ivo อย่างชัดเจนโดยจัดทำเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด การเขียนบล็อกส่วนตัว และยังเป็นที่น่าสนใจของสำนักพิมพ์ต่างประเทศ เพื่อให้เป็นสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า และคนทั่วไปมากขึ้น

5. ด้านบุคคล (People) – ผู้ประกอบการกำหนดให้พนักงานขายนั้นมี คุณสมบัติที่สำคัญที่สุด คือ ต้องมีความเข้าใจในที่มาของตัวสินค้า รักในการขาย มีทักษะในการพูด เพื่อให้ลูกค้าสนใจ และเข้าใจในตัวสินค้า ต้องมีความอดทน เนื่องจากต้องเจอลูกค้าหลากหลายประเภท หลากหลายความต้องการ โดยต้องเตรียมตัว และศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดเพื่ออธิบายลูกค้าเกี่ยวกับแนวคิดหลักของการทำธุรกิจการค้าอย่างเป็นธรรม เช่น พนักงานขายต้องสามารถบอกได้ว่าธุรกิจนี้คืออะไร มีวัตถุประสงค์อะไร สินค้าชิ้นนี้ใครเป็นคนผลิต มีจุดเด่นอย่างไร ราคาเท่าไร

6. ด้านกระบวนการ (Process) - เริ่มตั้งแต่ผู้ประกอบการศึกษาข้อมูลของชาวบ้านในชุมชนต่างๆ ที่มีการผลิตสินค้าที่น่าสนใจ และลงพื้นที่จริงเพื่อทำความรู้จักกับชาวบ้านตามชุมชน เยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ และบอกความต้องการด้านต่างๆ ในตัวสินค้า ความต้องการนี้มาจากการศึกษาแนวโน้มทางการตลาด วิเคราะห์ว่าสินค้าชนิดไหนมีแนวโน้มเส้นไหลทางการตลาดจำหน่ายง่าย เพื่อให้ชาวบ้านผลิตสินค้าออกมาให้ตรงความต้องการ และตอบสนองกับกลุ่มลูกค้า และตลาดในช่วงเวลานั้นๆ ได้มากที่สุด บางครั้งอาจมีการใช้โซเชียลมีเดียเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น การส่งรูปทางไลน์ หรือส่งวิดีโอ เพื่อให้เห็นสินค้าได้ชัดเจนขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาลงพื้นที่ด้วยตนเอง และให้ฝ่ายผู้ผลิตเป็นคนจัดสินค้ามายังร้านเพื่อนำไปจัดจำหน่ายต่อไป

7. ด้านภาพลักษณ์ (Physical Evidence) – ผู้ประกอบการเน้นไปที่ชาวต่างชาติที่มีความสนใจในการช่วยเหลือและพัฒนาชาวบ้านในชุมชนเล็กๆ ด้วยการนำรูปถ่ายการผลิตสินค้าของชาวบ้าน การลงพื้นที่ทำประโยชน์ และการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าภายในร้าน แสดงไว้ด้านหน้าของร้าน เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาหาคำตอบที่แฝงอยู่ในตัวสินค้า และเมื่อเข้ามาภายในร้านแล้วจะรู้สึกเย็นสบายจากลมธรรมชาติ และมีไฟสีส้มอ่อนส่องเพื่อให้สินค้าดูน่าสนใจ และทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากเดินชมสินค้าภายในร้าน

ปัญหา อุปสรรค และ แนวทางการแก้ปัญหา

ส่วนในด้านของอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ แบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้

1. ด้านเงินทุน - ในความคิดแรกตัวผู้ประกอบการเองไม่ได้มีความคิดที่จะก่อตั้งร้านนี้ขึ้นมา เพียงแต่อยากเดินทางไปช่วยเหลือชาวบ้านตามชุมชนเล็กๆ จึงมีความคิดที่จะนำผลิตภัณฑ์ร้านนี้มาจัดจำหน่าย แม้จะยังมีต้นทุนน้อย แต่ก็ได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรการค้าที่เป็นธรรม (FairTrade) เป็นองค์กรที่เลี้ยงให้การสนับสนุนสินค้าเพื่อนำมาจำหน่าย แต่ถึงอย่างไรก็ยังมีปัญหาในเรื่องของต้นทุนหมุนเวียน และค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน เนื่องจากต้องการให้ผู้ผลิตสินค้าได้รับเงินทันที เมื่อส่งมอบสินค้า เพื่อกระจายรายได้ไปยังชาวบ้านให้เร็วที่สุด แต่บางครั้งสินค้าที่มีอยู่ในร้านก็ยังไม่สามารถระบายออกได้ จึงต้องจัดการนำสินค้าส่งคืนให้ผู้ผลิต

2. ด้านคู่แข่ง - เป็นธุรกิจโรงงาน เนื่องจากสินค้าของเราเป็นงานที่ทำด้วยมือ ใช้เวลานานในการผลิต จึงส่งผลให้มีการตั้งราคาไว้ค่อนข้างสูง แต่ก็ทำให้สินค้าชนิดนี้มีแค่เพียง 1 ชิ้นเท่านั้น ต่างจากการผลิตสินค้าจากธุรกิจโรงงานที่ไม่เน้นการค้าที่



เป็นธรรม ทำให้ต้นทุนต่ำ เพราะผลิตด้วยเครื่องจักรในปริมาณมากๆ และเมื่อต้นทุนต่ำ ก็จะทำให้ธุรกิจโรงงานขายสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง และอีกหนึ่งคู่แข่งที่สำคัญก็คือ กลุ่มธุรกิจที่นำเข้าสินค้าจากจีน อย่างที่ทราบกันว่ามีคนบางส่วนที่ค่อนข้างกับตราสินค้า แต่มีงบน้อย หันไปสนใจสินค้าลอกเลียนแบบที่มีราคาถูกกว่ามาก คู่แข่งที่กล่าวมานี้ทำให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบสินค้านั้นเอง เพราะบางครั้ง ลูกค้าไม่ได้สนใจถึงคุณภาพ หรือที่มา แค่เห็นว่าสินค้าราคาถูก ก็จะทำให้เบี่ยงเบนความสนใจจากลูกค้าได้

3. ด้านบุคลากร - ค่อนข้างยากที่จะหาคนขายที่จะเข้าใจถึงแก่นแท้ในธุรกิจแนวนี้ สามารถที่จะตอบคำถาม และนำเสนอสินค้าได้อย่างถูกต้อง จะทำให้ลูกค้าเกิดความศรัทธา และยินดีที่จะซื้อสินค้า เป็นผลให้ตัวผู้ประกอบการนั้นไม่สามารถละทิ้งหน้าที่การดูแลลูกค้าหน้าร้าน ถ้ายิ่งหาคนที่จะมาแนะนำ และเป็นตัวแทนของเธอไม่ได้ นอกจากนี้ก็เป็นเหตุให้เธอมีเวลาให้กับครอบครัวไม่เพียงพอ ก็เป็นอุปสรรคหนึ่งในการทำงานของเธอ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่ามีงานวิจัยที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญภา พลงาม (2554: 69) ได้วิจัยเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในฐานะผู้ประกอบการสังคมของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด” พบว่า รูปแบบลักษณะธุรกิจเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมประเภททำกำไรด้วยพันธกิจทางสังคม รูปแบบการดำเนินธุรกิจคือ ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดี และเป็นสื่อกลางระหว่างองค์กร กับภาคประชาชน นำไปสู่การช่วยเหลือผู้เดือดร้อน ตามที่บริษัทได้วางจุดยืนไว้ในการทำงาน ว่าเป็นการทำเพื่อสังคม ใช้กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง ด้วยคุณภาพของเนื้อหารายการ ความละเอียดในการผลิต สร้างความรู้สึกที่คล้อยตามให้แก่ผู้ชม เป็นจุดแข็งสามารถต่อสู้กับธุรกิจเดียวกัน ทั้งยังให้ความสำคัญในการผลิตด้านการตั้งโจทย์ทางสังคมและหาข้อมูลเชิงลึก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลของการวิจัยกลยุทธ์การตลาด และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจการค้าที่เป็นธรรม ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1. จากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องการทำกลยุทธ์การตลาด และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจการค้าที่เป็นธรรม (FairTrade) ในการทำวิจัยครั้งหน้าอาจมุ่งประเด็นการศึกษาไปที่ตัวลูกค้า ว่ามีทัศนคติต่อการดำเนินธุรกิจการค้าที่เป็นธรรมนี้อย่างไร

2. จากการศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจการค้าที่เป็นธรรม พบว่ายังมีข้อบกพร่องบางประการจากการวางระบบการจัดการในการทำวิจัยครั้งหน้า อาจศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ถูกต้องเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจการค้าที่เป็นธรรมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- _____. 2545. แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 3 มกราคม 2557. <http://www.sme.go.th>
- ญาดา พลงาม. 2554. รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในฐานะผู้ประกอบการสังคมของ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด. ระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- _____. 2556. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกสับปะรดการค้าที่เป็นธรรม, 3 มกราคม 2557. <http://sryfairtrade.com>