

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนและหาช่องทางการตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยระดมความคิดเห็นผู้รู้และผู้นำชุมชนจำนวน 60 คน และสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีดังนี้

ผลการศึกษาพบอัตลักษณ์ชุมชนตำบลอ่าวแก้ว อำเภอห้วยฉัตร จ.ลำปาง โดยใช้ความโดดเด่นด้านภูมิศาสตร์ ด้านพื้นที่และด้านการจัดการชุมชน ที่สามารถสื่อความหมายการบ่งชี้คุณภาพในด้านจิตวิญญาณของคนในชุมชนที่ร่วมมือร่วมใจกันทำตามหลัก 4 ร. คือ “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนา ร่วมรับผิดชอบ” และระบุจุดพิกัดเกษตรอินทรีย์ที่เป็นสากล “WORKAEW ORGANIC” รวมถึงลักษณะของตัวอักษรที่บ่งบอกถึงตัวอักษรที่อ่อนโยนแสดงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และใช้สีเขียวแบบไล่ระดับเพื่อบ่งบอกพื้นที่สีเขียวเกษตรอินทรีย์แบบหลากหลาย นอกจากนี้พบว่าช่องทางการตลาดที่เหมาะสม ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย ด้านราคา (Price) การตั้งราคามีความเหมาะสม ด้านการจัดหน่าย (Place) ควรวางจำหน่ายในตลาดสินค้าเกษตร, ตลาดสินค้าชุมชน, ร้านค้าทั่วไปสินค้าของฝากและช่องทางออนไลน์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เหมาะสมที่จะจัดให้เป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกในช่วงเทศกาลต่างๆ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาคนในชุมชนทำให้เกิดความภาคภูมิใจทั้งผู้ให้และผู้ได้รับ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้กลุ่มวิสาหกิจตำบลอ่าวแก้ว นำองค์ความรู้ที่ได้รับการพัฒนาไปต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และเผยแพร่ไปยังกลุ่มอาชีพอื่นภายในชุมชนและพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทพื้นที่ใกล้เคียงกัน

คำสำคัญ อัตลักษณ์, ช่องทางการตลาด, การแข่งขันในตลาดใหม่

## Abstract

The research aims to study identity and marketing channels of community products. Qualitative data was collected by brainstorming a leaders community of 60 people and interviewing of questionnaires 400 people. The results of the qualitative and quantitative analysis were as follows:

The results reveal that the identity Tumbun Workaew Amphur Hang Chat, Lampang Province. Identity of Geographic Area and community management. The participate of coordinates thinking, doing, develop and responsibility. The coordinates of the international organic agriculture WORKAEW ORGANIC. and the character a represents on gentle font that represents the value of organic products. An indicate of green to a variety of organic green areas. In addition, found that the appropriate marketing channel Comprised of products is a product that is quality and safe. Pricing is appropriate. Distribution of sales should be in agricultural markets, OTOP, grocery, souvenirs shop and online channels. Promotion should be a souvenir product in festivals. Because it is a product that create from the wisdom of the people in the community, resulting in pride for both the giver and the recipient.

From this study, the Community Enterprise Tumbun Workaew can be knowledge that has been developed to create additional value for the product and distribute it to other occupational groups within the community and other areas.

**Keywords :** identity, marketing channel, Market Expansion