หัวข้อวิจัย การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง

ผู้ดำเนินการวิจัย อินทิรา ไพรัตน์

หน่วยงาน หลักสูตรคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ตรัง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ปี พ.ศ. 2561

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผ้าทอหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง 2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง 3. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง 4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอ นาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง การวิจัยเชิงผสมผสาน ซึ่งประกอบไปด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยวิเคราะห์ผลผลเป็นค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยมีดังนี้

1.ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยกลางคนช่วงต้น (36-45 ปี) สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงาน

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผ้าทอนาหมื่นศรีเพื่อใช้เอง ซื้อสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายผ้าทอนาหมื่นศรี ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง เลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากลวดลายของผ้า ได้รับข่าวสารขอผลิตภัณฑ์จากการบอกต่อของบุคคลอื่น ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งอยู่ที่ต่ำกว่า 1,000 บาท

3. ในภาพรวมผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 คิดเป็นร้อยละของระดับความพึงพอใจเท่ากับ 74.91

4. ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง พบว่า จุดแข็ง คือ ผู้นำกลุ่มมีความเข้มแข็ง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและหลากหลายรวมถึงมีเอกลักษณ์ มีเครือข่ายกับชุมชนใกล้เคียง จุดอ่อน คือ ขาดการวางแผนด้านการตลาด ขาดความรู้ด้านระบบการเงิน ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย โอกาส คือ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนนโยบายให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐใส่ผ้าพื้นเมือง พื้นที่ในตำบลนาหมื่นศรี มีแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม อุปสรรค คือ ความรุนแรงทางการเมืองและความผันผวนทางเศรษฐกิจ เยาวชนรุ่นใหม่ไม่มีความสนใจเกี่ยวกับการทอผ้า

5. ส่วนด้านแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่นลวดลายการทอ หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด Modern Trade ให้มากขึ้น 2) ด้านราคา ควรตั้งราคาแบบเจาะตลาดเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย 3) ด้านการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

ให้หลากหลายผู้บริโภคสามารถเข้าถึงง่าย โดยเน้น Social Media, Digital Marketing ให้มากขึ้น และ4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ และต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

Research Title	The Strategic Marketing Development for Na Muen Sri Weaving Group Nayong District , Trang Province.
Researcher	Inthira Phairatana
Organization	Business Computer, Faculty of Management Science, Trang Center , Suan Dusit University.
Year	2018

The purpose of this research were 1. To study buying behavior for Na Muen Sri Weaving Group Nayong District , Trang Province 2. To study The strategic marketing Development for Na Muen Sri Weaving Group Nayong District, Trang Province 3. To study internal environment and external environment of Na Muen Sri Weaving Community Enterprise Nayong District , Trang Province 4. To propose a guideline to develop strategic marketing for Na Muen Sri Weaving Group Nayong District , Trang Province. The research completed by using mixed methods research in combination of Quantitative Research and Qualitative Research method. The research instruments was a questionnaire and interview. Statistic used in the research were percentage, average and standard deviation. The research finding are as follows:

1. Most of the respondents were female early middle ages (36-45 years) marital status, bachelor's Degree, earned between 15,001-20,000 bath, occupation of government / employee.

2. Most of the respondents purchased the cloth for use it yourself. Buy product at Na Muen Sri Weaving Group Center, make a purchase manually, buy the product based on the pattern of the fabric, receive product Information updates from other people, the cost per purchase is less than 1,000 baht.

3. Overall, consumers are satisfied with marketing Na Muen Sri Weaving Group Nayong District , Trang Province on a high level, the mean was 3.75 and the standard deviation 0.73 was the percentage of satisfaction level of 74.91.

4. Analysis of the environment of Na Muen Sri Weaving Group Nayong District , Trang Province found that Strengths are leadership groups are strong, the products are of high quality and variety as well as unique, has a network with nearby communities, Weaknesses are lack of marketing planning, lack of financial knowledge, and Less distribution channels, Opportunities are supported by government and private sectors, a policy for government officials to wear local textiles, area in Na Muen Sri There are popular destinations, Threats are political violence and economic fluctuations, young generation has no interest in weaving.

5. The guidelines in marketing strategy development for Na Muen Sri Weaving Group found that 1) Products Should cooperate with government agencies and higher education institutions to develop products. Weaving patterns or develop new products into the Modern Trade market. 2) Price should set the market price to stimulate sales. 3) Place It should increase distribution channels to a wide range of consumers can easily access by focusing Social Media, Digital Marketing and4) Promotion there should be advertising and public relations, Via the online media electronics and to continue.