ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

เปรียบเทียบการดำเนินงานด้านการตลาดกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสี ธรรมชาติบ้านนาเดา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง กับกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเกิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัด เชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวมนั้นยา นั้นทสาร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ. คร. ศรีสุวรรณ นฤนาทวงศ์สกุล

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานด้านการตลาด ของ กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติบ้านนาเคา ตำบลเสริมซ้าย อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง กับกลุ่มทอผ้า บ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อ ให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกัน และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการตลาดของทั้งสองกลุ่ม

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ชุด เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยแยกเป็นแบบ สัมภาษณ์สำหรับสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่ม สมาชิก และลูกค้าของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติแต่ละกลุ่ม โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ มาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินงานด้าน การตลาดของทั้งสองกลุ่มเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติ บ้านนาเดาและบ้านช่างเกิ่ง ได้มีการแบ่งส่วน ตลาด โดยใช้เกณฑ์พฤติกรรมศาสตร์ ของผู้บริโภคที่มีทัศนคติความชอบการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ทอมือสีธรรมชาติ และเลือกตลาดเป้าหมายแบบการตลาดมุ่งเน้นเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ งเหมือนกัน แต่ มีการกำหนดตำแหน่งในตลาด แตกต่างกัน โดยกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเกิ่ง ใช้หลักเกณฑ์ ตามคุณภาพและ ราคาแต่กลุ่มทอผ้าบ้านนาเดากำหนดตำแหน่งในตลาดโดยใช้เกณฑ์ตามคุณสมบัติของสินค้า

ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติ ทั้งสองกลุ่ม ได้ให้ ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เหมือนกัน มีเกณฑ์การตั้งราคา และระดับราคาของสินค้าแตกต่าง กัน โดยกลุ่มทอผ้าบ้านนาเดามีราคาสินค้าเพียงราคาเดียว เพราะมีสินค้าหนึ่งชนิดคือ ผ้าผืน แต่กลุ่ม ทอผ้าบ้านช่างเคิ่งมีระดับราคา และประเภทของสินค้ามีให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย กลุ่มทอผ้าบ้านนาเดา ไม่มีการดำเนินงานค้านการตลาดด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มทอ ผ้าบ้านช่างเคิ่งที่มีการดำเนินงานด้านการตลาดในค้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือสีธรรมชาติบ้านนาเดา ควรมีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายประเภทและราคาสินค้าหลายระดับเพิ่มมากขึ้น ควรมีการพัฒนา ศักยภาพด้านบุคลากรของกลุ่มให้มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด การออกแบบลายผ้า และการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ควรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ารวมถึงการสร้างตรา สินค้าของกลุ่มให้ลูกค้ารับทราบและควรมีการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น ควรจัดทำ ฐานข้อมูลลายผ้าและควรขยายพื้นที่การปลูกฝ้ายเพิ่มมากขึ้น ส่วนกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ควรมีการ แสวงหาลูกค้าต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ควรมีการพัฒนาบุคลากรเพื่อช่วยเหลืองานในด้านการบริหาร จัดการกลุ่มเพิ่มมากขึ้น ควรพัฒนาฝึกอบรมช่างทอผ้าให้มีคุณภาพมากขึ้น และควรมีกิจกรรมที่คืน ประโยชน์ให้ชุมชนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกกลุ่มทอผ้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved

น

Independent Study Title

The Comparison of Marketing Management Aspects of Ban Nadoa Natural Colour Cotton Hand-Weaving Groups, Tambon Soemsai, Amphoe Soem Ngam, Lampang Province and Ban Chang Khoeng Cloth Weaving Groups, Tambon Ban Tan, Amphoe Hot, Chiang Mai Province

Author

Miss Mananya Nantasarn

Degree

Master of Business Administration (Agro-Industry Management)

Independent Study Advisor

Asst. Prof. Dr. Srisuwan Naruenartwongsakul

Abstract

The objective of this independent study was to compare the marketing management aspect between Ban Nadoa natural colour cotton hand-weaving groups, Tambon Soemsai, Amphoe Soem Ngam, Lampang Province and Ban Chang Khoeng cloth weaving groups, Tambon Ban Tan, Amphoe Hot, Chiang Mai Province in order to encourage knowledge exchange across the groups and adopt it as one possible marketing strategy for both groups.

In the current study, three sets of questionnaires were utilized as investigating tools. The interviews were separated for head of the groups, members, and customers of each group. The collected data from the interviews was analyzed and compared to marketing strategies from both groups in qualitative aspect.

The results from the study indicated that Ban Nadoa and Ban Chang Khoeng natural colour cotton hand-weaving groups divided the market based on behavioral criteria of the consumers who had the preference attitude on the natural color cotton products. The selection of targeted market on

the aspect of marketing for both groups was concentrated on the similar specific portion. However, the market positioning was different, Ban Chang Khoeng group utilized qualitative criteria and prices. This was in contrary to Ban Na Dao group who determined market positioning based on the commodity properties criteria.

In term of marketing mix study factor, both natural color cotton hand weaving groups had greatly emphasized on the quality of products. However, the pricing criteria and price level of goods were different. Ban Nadoa group had only one standard price due to the existence of a single product – sheet cloth. This was compared to the products of Ban Chang Khoeng where the variety of price levels and type of products were common. Ban Nadoa group did not have marketing strategies on distributing, and market promotion. This was compared to Ban Chang Khoeng which had such strategies.

The suggestions from this research included the following; Ban Nadao natural colour cotton hand-weaving group should develop a variety of weaving products and add more price listings. The potential of group members should also be developed on the aspect of personnel to gain marketing expertise as well as the cloth pattern design and product development skills. The new customers should be sought while increasing sales distribution and designing of group product brand to obtain acknowledgement from customers. The cotton cultivation area should also be expanded. For the Ban Chang Khoeng cloth weaving group, the international customers should be sought with addition of personnel development program to assist in the group administration in a greater extent. The weaving staffs should be trained to increase the quality of their skills. Furthermore, the return benefits activity for the community should also be organized to enhance the life quality of the weaving group members.

Copyright[©] by Chiang Mai University All rights reserved