

ชื่อปริญญาบัตร : แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาดติดต่อสื่อสารทาง  
การตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาด  
บุรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาบัตร : อาจารย์กิตติชัย เจริญชัย

ชื่อผู้ทำการวิจัย :	นางสาววราภรณ์	รจนาสม
	นางสาววิกานดา	ปุคริต
	นางสาวเอ็มพิกา	อุปชัย
	นางสาววาสิฎฐี	จิตภักดี

#### บทคัดย่อ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การตลาดติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ของ  
กลุ่มผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบุรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัด  
มหาสารคาม มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงาน 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การ  
ติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน  
4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้บริโภค  
จำนวน 385 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 53 คน โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ โดยใช้โปรแกรม  
สำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิธีทางสถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean) อัตราร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ T-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.80 มีอายุ ระหว่าง 33-  
39 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 36.6 สถานภาพสมรส คิดเป็น  
ร้อยละ 76.1 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 คิดเป็นร้อยละ 52.2 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์  
การตลาดติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.34$  และ S.D.=0.57)

ผลการวิจัยของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.00 อายุ 40 ปี  
ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 66.00 ระดับการศึกษาประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 67.00 สถานภาพสมรส คิดเป็น  
ร้อยละ 94.30 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 90.60 ผู้ประกอบการมีศักยภาพ  
โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.64$  และ S.D. = 0.43)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ด้านผู้ประกอบการ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้/เดือน แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มทอดผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านผู้บริโภค

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้/เดือน แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารทางการตลาดบูรณาการของกลุ่มทอดผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มทอดผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการจัดเก็บข้อมูล กลุ่มผู้ประกอบการควรมีสันับสนุนทรัพยากรในการการจัดเก็บอย่างเพียงพอ ด้านการทำงานเป็นคณะกลุ่มผู้ประกอบการควรมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์การอบรมอย่างสม่ำเสมอ ด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกลุ่มผู้ประกอบการควรมีการแนะนำให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้การปฏิบัติงานร่วมกัน ด้านการตัดสินใจ กลุ่มผู้ประกอบการควรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ด้านการจัดทรัพยากรขององค์กร กลุ่มผู้ประกอบการควรมีการสนับสนุนให้การปฏิบัติงานตามแผนเป็นไปอย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ การออมเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การติดต่อทางการตลาดแบบบูรณาการกรณีศึกษากลุ่มทอดผ้าฝ้ายและแปรรูป หมูที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ด้านการโฆษณาควรมีการจัดทำโฆษณาผ่าน ใบปลิว แผ่นพับ ที่มีความสนใจและมีข้อมูลใหม่และเป็นปัจจุบันอยู่ ด้านการประชาสัมพันธ์ต้องมีการจัดแสดงสินค้าตามงาน OTOP ต่าง ๆ ด้านการตลาดตรงควรมีการโฆษณาโดยใช้สื่อวิทยุเพื่อให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับข้อมูลและผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง ถูกต้องชัดเจน ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ควรมีการรับบุคลากรที่มีทักษะในการขายเพื่อช่วยในการจัดจำหน่าย ควรมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ในทันที ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ และขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้ได้ขนาดเท่ากับปริมาณที่จะเพิ่ม



For the marital status, it is 76.1%. For the income per month, 5,001-10,000. It is 52.2%. And for the opinion about integrative marketing communicative strategy as a whole, it is high.

The result for the research of most is female. It is 66.0%. The age is older than 40. it is 66.00%. For the primary education, it is 67.00%. For the marital status, it is 94.30. For the income per month, 5,001-10,000, it is 90.60%. The business owner has potential as a whole in the highest level.

The result of hypothesis test

Provider

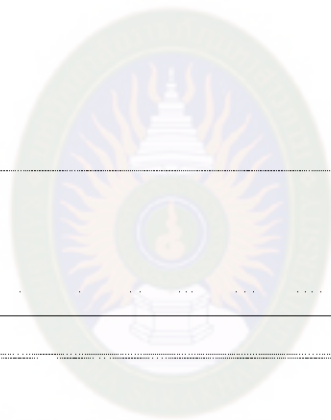
The result of the research appeared that the Provider that has difference in gender, age, education level, status, income month have opinion about Integrated marketing communication. of cotton weaving group and processed, Moo 13, Ban Lard Boorapha, Srisuk Sub-District, Kantarawichai District, Mahasarakham province as a whole not different with statistical significance at .05

consumer

The result of the research appeared that the consumers that has difference in gender, age, education level, status, income month have opinion about integrative marketing communication. of cotton weaving group and processed, Moo 13, Ban Lard Boorapha, Srisuk Sub-District, Kantarawichai District, Mahasarakham province as a whole not different with statistical significance at .05

It is found that the responder about data collection, group should support for the resource in collection sufficiently. In the area of business owner group, they should always change the knowledge and experience in training. In the area of sharing responsibilities, business owner group should advise, acknowledge, and exchange in learning and performance. In the area of decision making, business owner group should participate in problem solving. In the area of resource allocation of the organization, business owner group should support to help the performance run fast and efficiently according to the plan. Development integrated marketing communication strategy. Case study, cotton weaving group and processed, Moo13, Ban Lard Boorapha, Srisuk Sub-District, Kantarawichai District, Mahasarakham Province. It is found that for advertisement, they should use leaflet for advertisement that is interesting. It

should have new data and up to date. In the area of public relation, they should have goods exhibition at OTOP. For direct sale, they should advertise using media such as radio to let the consumers know about the data and new product. They should provide true information. For selling products using the salesman, they should have responsible persons who are skillful in selling products. They should advise about the products to help the buyers in buying decision immediately. For the sale support they should improve about product packing and size of the products should be congruent with the additional quality.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY