

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	แนวทางการพัฒนาทางการตลาดธุรกิจสินค้าชุมชนเมือง ของกลุ่มผ้าปักพื้นเมืองล้านนา (ชุมชนบ้านไม้ลู่ขน)
ชื่อผู้เขียน	ปรารักษ์ทิพย์ บุญธรรม
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นุชบา สิริการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด
สินค้าชุมชนเมืองของกลุ่มผ้าปักพื้นเมืองล้านนาชุมชนบ้านไม้ลู่ขน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการ
พัฒนาทางการตลาดธุรกิจสินค้าชุมชนเมืองของกลุ่มผ้าปักพื้นเมืองล้านนา (ชุมชนบ้านไม้
ลู่ขน) การเก็บข้อมูลทั้งแบบทฤษฎี และปฐมภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิประกอบด้วยการใช้
แบบสอบถาม จากตัวอย่างประชากร ได้แก่ผู้ประกอบการ จำนวน 280 คน และครู อาจารย์ จำนวน
120 คน ของโรงเรียนที่ใช้ชุมชนเมืองของกลุ่มผ้าปักพื้นเมืองล้านนาชุมชนบ้านไม้ลู่ขน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้บริโภคกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือ เพศชาย อายุระหว่าง 31-40
ปี การศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า สถานภาพสมรส จำนวนบุตรคือ 2 คน และ
มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-15,000 บาท (2) ผู้บริโภคกลุ่มครู อาจารย์ พบว่า
ผู้บริโภคส่วนใหญ่คือ เพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี สถานภาพ
สมรส จำนวนบุตรคือ 3-4 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ 25,000 บาทขึ้นไป

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าชุมชนเมืองของกลุ่มผ้าพื้นเมือง
ล้านนาชุมชนบ้านไม้ลู่ขน (1) ผู้บริโภคกลุ่มผู้ประกอบการ เรียงลำดับจากมากที่ไปน้อย คือ
(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผู้บริโภคความสำคัญสูงสุดคือ มีเอกสารให้คำแนะนำวิธีการดูแล
รักษาผ้าพื้นเมือง (2) ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผู้บริโภคความสำคัญสูงสุดคือ

พนักงานสุภาพให้บริการดี (3) ด้านราคา ปัจจัยที่มีผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญสูงสุดคือ ราคาขายมีความชัดเจน (4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญสูงสุดคือ ขั้นตอนการสั่งซื้อง่ายและรวดเร็ว

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าชุดพื้นเมืองของกลุ่มผ้าพื้นเมืองล้านนาชุมชนบ้านไม้สูงชน (2) ผู้บริโภคกลุ่มครู อาจารย์ เรียงลำดับจากมากที่ไปน้อย คือ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญสูงสุดคือ มีเอกสารให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษาชุดพื้นเมือง (2) ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญสูงสุดคือ พนักงานสุภาพให้บริการดี (3) ด้านราคา ปัจจัยที่มีผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญสูงสุดคือ ราคาขายมีความชัดเจน (4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญสูงสุดคือ มีบริการส่งสินค้า

ข้อเสนอแนะที่ผู้บริโภครู้สึกว่าทั้งสองกลุ่มมีความต้องการ แยกตามส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การย้อมชุดพื้นเมืองด้วยสีที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ด้านราคา คือ ชุดพื้นเมืองควรมีให้เลือกหลากหลายระดับราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ควรจัดวางชุดพื้นเมืองให้เป็นระเบียบ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ต้องการส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ/ส่วนประสมทางการตลาด/ชุดพื้นเมือง/กลุ่มผ้าปักพื้นเมืองล้านนาชุมชนบ้านไม้สูงชน

Independent Study Title	Marketing Development Approach for Lanna Traditional Garment of Local Lanna Embroidery Group (Bann Mai Lung Kon Community)
Author	Prangthip Boontham
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Asst. Prof. Bussaba Sitikarn, Ph. D.

ABSTRACT

The objective of this independent study is to study the customer satisfaction towards marketing mix of local Lanna service group of Bahn Mai Lung Kon in order to use as the guidelines for the local tradition garment's development. There are both primary and secondary data. The primary data was collected by questionnaires distributed to 280 guardians and 120 teachers from schools that use traditional garment of Bahn Mai Lung Kon group.

Demographic data shows that most guardians are male, 31-40 years old, with high school's degree. Marriage status mostly is married with 2 children and the average income is in a range for 10,001-15,000 baht per month. For teachers, mostly are female, 31-40 years old, with bachelor's degree. Marriage status mostly is married with 3-4 children and the average income is more than 25,000 baht per month.

The results of this study are divided into two groups which are guardians and teachers' satisfaction. (1) For guardians, ranking from the most to the least important factors as follows.
(1) Product, the most important factor is having a document about the garment's maintenance.
(2) Promotion, the most important factor is the politeness and a good service from the shop.

(3) Price, the most important factor is the explicit price. (4) Place, the most important factor is the quick and easy purchasing procedure.

(2) For teachers, ranking from the most to the least important factors as follows.

(1) Product, the most important factor is having a document about the garment's maintenance.

(2) Promotion, the most important factor is the politeness and a good service from the shop.

(3) Price, the most important factor is the explicit price. (4) Place, the most important factor is having a delivery service.

In addition, the suggestions that the customers of both groups need, based on the marketing mix, are; product, using a good quality of colorant in the garment dyeing; price, having the variety of the price's range; place, setting the products in organized place; promotion, providing a discount for purchasing in a large amount.

Keywords: Satisfaction/Marketing Mix/Local Tradition Garment/Local Lanna Service at Bahn Mai Lung Kon