

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การพัฒนาความรู้ด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพเสริม
ในชุมชนบรมไตรโลกนารถ 21 อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ชื่อนักศึกษา นางวรรณา วิชาญจนะ

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์สมคิด ศรีสิงห์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลกร อาสนะนนท์
ดร. วีระพงษ์ อินทร์ทอง

สาขา ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ปีที่สำเร็จการศึกษา 2547

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย 1) เพื่อศึกษาความต้องการ และกำหนด
ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพเสริม ของชุมชนบรมไตรโลกนารถ 21
2) เพื่อพัฒนาความรู้ด้านการตลาด แก่ชุมชนบรมไตรโลกนารถ 21 3) เพื่อติดตาม
ผลสัมฤทธิ์ การนำความรู้ด้านการตลาดไปใช้ในการประกอบอาชีพเสริมของชุมชนบรมไตรโลก
นารถ 21

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการอาชีพเสริม ของชุมชนบรมไตรโลก-
นารถ 21 จำนวน 52 mu เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ ความต้องการพัฒนาความรู้ด้าน
การตลาด ความรู้ที่ได้หลังการพัฒนาความรู้ด้านการตลาด และผลสัมฤทธิ์ความรู้ด้าน
การตลาด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. สมาชิกผู้ประกอบการอาชีพเสริมของชุมชนบรมไตรโลกนารถ 21 มีความ
ต้องการพัฒนาความรู้ด้านการตลาด ในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ เรื่อง การออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ และการสร้างตราสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย เรื่อง การฝาก
ขาย การเลือกทำเลที่ตั้ง และการนำสินค้าขึ้นสู่ตลาด OTOP ด้านการส่งเสริมการตลาด
เรื่อง การจัดแสดงสินค้า การจัดจำหน่ายตรง การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และการให้ข่าว
เกี่ยวกับสินค้า

2. สมาชิกผู้ประกอบอาชีพเสริมของชุมชนบรมไตรโลกนารถ 21 มีการพัฒนาความรู้ด้านการตลาด ใน ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ มีความรู้เฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดคือ สมาชิกสามารถนำสินค้ามาดัดแปลงเป็นของฝากได้ ด้านการจัดจำหน่าย มีความรู้เฉลี่ยในระดับมาก โดยมีความรู้ด้านการจัดจำหน่ายสูงสุดคือ สมาชิกมีความรู้เกี่ยวกับการนำสินค้าไปฝากจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความรู้ด้านการตลาดเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาดสูงสุดคือ สมาชิกสามารถนำสินค้าไปฝากจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดได้

3. การติดตามผลสัมฤทธิ์ความรู้ด้านการตลาดของ สมาชิกผู้ประกอบอาชีพเสริมของชุมชนบรมไตรโลกนารถ 21 ใน ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ มีผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดคือ สร้างตราสินค้าของชุมชนได้ ด้านการจัดจำหน่าย มีผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติด้านการจัดจำหน่ายสูงสุดคือ การนำสินค้าไปฝากจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติด้านการตลาดเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีผลสัมฤทธิ์หลังจากนำไปปฏิบัติด้านการส่งเสริมการตลาดสูงสุดคือ การนำสินค้าไปฝากจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Pibulsongkram Rajabhat

Title DEVELOPMENT OF MARKETING KNOWLEDGE FOR
PART-TIME WORKERS GROUP IN BOROM
TRAILOKANAT 21 COMMUNITY MUANG DISTRICT,
PHITSANULOK

Author Mrs. Wanthana **Wajeekanjana**

Advisors Associate Professor **Somkid** Srising
Assistant Professor Chonlakorn **Assananon**
Dr. **Weerapong** Inthong

Field Development Strategy

Year 2004

ABSTRACT

The purposes of this research were (1) to studying marketing needs and strategic planning of part time career groups, (2) to develop marketing strategic planning and (3) to follow up achievement after using new marketing strategy of the part-time career groups in Boromtrilokenart community 21,

The sampling group was 52 careers from Boromtrilokenart community 21. The instrument was questionnaire to explore needs of marketing, knowledge for marketing development, and marketing achievement. Statistics using for data analyzing were percents, μ and σ

The results of research :

1) The part-time career members needed marketing development knowledge and more knowledge about producing products, designing, packaging, and marketing logo. For delivering, then needed selling places, bringing goods to OTOP markets. For marketing support, they needed direct sale marketing, advertisement through mass-medias rightly

2) The part-time career members were better product producing development in the middle level average by adapting their products into souvenirs. They gained delivering knowledge in high level by knowing how and where to deliver goods. They also gained knowledge for market boosting for dealing goods at the provincial tourist points.

3) Following up, marketing achievement, the members succeeded in product producing in high level. They were able to produce their goods with their own logos in high level. For goods dealing, they were able to deliver goods to sub-dealers in high level. For marketing boosting, they were successful in high level from dealing their goods to the sub-dealers at the tourist places in Phitsanuloke Province

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์สมคิด ศรีสิงห์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชลกร อาสนะนนท์ และดร.วีระพงษ์ อินทร์ทอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการปรับปรุงจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี นับเป็นพระคุณอย่างสูงแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยกรุณาตรวจสอบความตรงของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย do ท่านรองศาสตราจารย์บุญรักษ์ ตันต์เจริญรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิพนธ์ ประทุมศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชณี มุกแจ้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลำยอง สำเร็จดี และอาจารย์เชาวรัตน์ คล้ายสอน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตรวจแก้เครื่องมือการวิจัย ขอขอบคุณคุณปราณี ปารุงพงศ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ สมาชิกชุมชนบรมไตรโลกนาถ 21 ที่ให้ความอนุเคราะห์สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลไว้เป็นอย่างดี

ความดีและประโยชน์ที่เกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาแก่บุพการี และครอบครัววชิกาญจนะ ซึ่งได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือมาโดยตลอด พร้อมทั้งผู้เกี่ยวข้อง และขอมอบเป็นสักการะคุณแก่คณาจารย์ทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่จัดทำหนังสือไว้เพื่อคั่นคว่ำและศึกษา เพื่อประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้

วรรณนา วชิกาญจนะ