

ชื่อเรื่อง ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อ
การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน
ชื่อผู้วิจัย ศรินทร์ ชันตีวัฒนกุล
ปีที่วิจัย 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักร ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย 2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย 3) เพื่อวิเคราะห์หาความแตกต่างของปัญหาการตลาดของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรที่มีผลิตภัณฑ์แตกต่างกันและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าในเขตจตุจักรจำนวน 119 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.966 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง ได้แก่ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การดำเนินงานของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักร ส่วนใหญ่ผลิตสินค้าโดยมีตราห้อยซึ่งเป็นยี่ห้อ Amber ไม่มีการกำหนดจำนวนการผลิตสินค้าของกลุ่มจำนวน มีนโยบายการสำรองวัตถุดิบ มีการสั่งซื้อจากผู้ค้าส่งวัตถุดิบวิธีการจัดการกับสินค้าไม่ได้มาตรฐานของกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่คือ แปรรูปเป็นสินค้าอื่นไม่มีการใช้เทคโนโลยี หรือเครื่องจักรในการผลิตและมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าโดยทำการสุ่มตรวจสอบสินค้าเป็นบางชิ้นและตรวจทุกครั้งที่ผลิต 2) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมีปัญหาน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดไปมากที่สุด ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์รองลงมาปัญหาและอุปสรรคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาและอุปสรรคด้านการส่งเสริมการตลาด และปัญหาและอุปสรรคด้านราคา

ข้อเสนอแนะ 1) จัดทำสินค้าให้ได้มาตรฐานเดียวกัน โดยให้สมาชิกในกลุ่มเข้ารับการอบรมด้านการผลิตสินค้า และหาแนวทางในการจูงใจให้สมาชิกในกลุ่มอาชีพ เห็นคุณค่าของการรักษามาตรฐานสินค้า 2) ส่งเสริมให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่ายที่ และมีหน้าร้านเพื่อจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน 3) หาหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนมาช่วยให้คำปรึกษาด้านส่งเสริมการตลาดและฝึกอบรมให้กับสมาชิกในกลุ่ม

คำสำคัญ:แนวทางการพัฒนาการตลาด