

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผล
6. ข้อเสนอแนะ

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2. สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ผลิตของธุรกิจชุมชน มีการใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง
2. ความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง
3. ส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 602 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด. 2552 : ไม่มีเลขหน้า)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 240 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนดังกล่าว ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณตามวิธีของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 : 727 ; อ้างใน บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 38) เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนดังกล่าว จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่ม (Random Digit) จำแนกตามผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ ระยะเวลาในการทำงาน ประเภทธุรกิจชุมชน เงินทุนเริ่มต้น และจำนวนสมาชิกของกลุ่ม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตัวเลือก (Check-list) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ตามหลัก 4 P's มีข้อคำถามจำนวน 40 ข้อ ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคิร์ต (Likert) แบ่งระดับการวัดเป็น 5 ระดับ คือ

ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเติมข้อความ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถึงประธานกลุ่มผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. จัดแจงผู้ช่วยศึกษาจำนวน 3 คน เพื่อให้ทราบขั้นตอนและวิธีการเก็บแบบสอบถาม เกี่ยวกับรายละเอียดของแบบสอบถาม วิธีการแจก และเก็บแบบสอบถาม
3. ดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชาชนผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยการแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งอธิบายรายละเอียดให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจและให้กรอกแบบสอบถามทันทีหรือจะมารับคืนภายใน 5 วัน
4. นำแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมด จำนวน 240 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติต่อไป

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้สรุปไว้ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 47 – 57 ปี เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีสถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 2,001 – 3,000 บาท ซึ่งมียุทธศาสตร์ระยะเวลาในการทำงานระหว่าง 6 – 9 ปี จำนวนสมาชิกของกลุ่มมากที่สุดคือ ระหว่าง 20 – 40 คน โดยมีเงินลงทุนเริ่มต้นระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถนำมาสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

4.2.1 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 7 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง

จำนวน 3 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ คือ ผู้ผลิตได้กำหนดให้สินค้ามีรูปแบบหลากหลาย ผู้ผลิตได้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ผู้ผลิตได้ผลิตสินค้าที่มีสีสันสวยงาม ตรงตามความต้องการลูกค้า ผู้ผลิตได้กำหนดตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และผู้ผลิตได้ให้บริการลูกค้า รวดเร็ว

4.2.2 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับได้ 5 ลำดับ คือ ผู้ผลิตได้มีการลดราคาสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ผู้ผลิตได้มีการตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ผู้ผลิตได้มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ผู้ผลิตได้กำหนดราคาสินค้าสามารถต่อรองราคา และลดราคาได้ และผู้ผลิตได้กำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกันกับสินค้าประเภทเดียวกัน

4.2.3 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 9 ข้อ และระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับได้ ดังนี้ คือ ผู้ผลิตกำหนดให้มีการตกแต่ง/การจัดร้าน/การจัดวางสินค้าแต่ละประเภท ผู้ผลิตกำหนดให้มีการจัดสินค้าลดราคาตามเทศกาลต่าง ๆ ผู้ผลิตกำหนดให้มีการประชุมเพื่อรับรู้และรับฟังปัญหาของผู้จัดจำหน่ายและหาวิธีแก้ปัญหา ผู้ผลิตกำหนดให้มีป้ายหน้าร้าน และผู้ผลิตกำหนดให้มีการจัดผ้าใหม่เป็นของขวัญของฝาก

4.2.4 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 5 ลำดับได้ดังนี้ คือ ผู้ผลิตได้กำหนดให้มีการแจกของขวัญ ของชำร่วยในช่วงเทศกาล ผู้ผลิตได้กำหนดให้การโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น นิตยสาร และโฆษณาทางวิทยุ และโทรทัศน์ ผู้ผลิตได้กำหนดให้มีการอบรมเกี่ยวกับมารยาทและความสุภาพเรียบร้อยในการให้บริการแก่คนขาย ผู้ผลิตได้กำหนดให้มีการให้ส่วนลด ของแจก ของแถมแก่ลูกค้าในโอกาสพิเศษ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ เปิดห้าง/ร้าน/บริษัทใหม่ และผู้ผลิตได้กำหนดให้มีสินค้าตัวอย่างให้ชม

4.3 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกายในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านยอดขาย ด้านส่วนครองตลาด ด้านความเติบโตทางธุรกิจ และด้านกำไร

4.3.1 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านยอดขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ และอยู่ในระดับน้อยจำนวน 1 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ผู้ผลิตมียอดขายทั้งหมดรวมทั้งปี ผู้ผลิตขายผ้ามียอดขายหลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว มีเงินคงเหลือ ผู้ผลิตมียอดขายทั้งหมดรวมทั้งปี ตามลำดับ

4.3.2 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านความเติบโตทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับน้อยทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้ามีขอจำหน่ายสูงสุด ผู้ผลิตมีการตั้งราคาขายสินค้าเมื่อเทียบกับสินค้าของกลุ่มอื่นราคาแตกต่างกัน และมีการตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งตามลำดับ

4.3.3 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านส่วนครองตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางจำนวน 1 ข้อ และระดับน้อยจำนวน 2 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ผู้ผลิตมีการออกจำหน่ายสินค้าในต่างจังหวัด ผู้ผลิตมีการออกจำหน่ายสินค้า และผู้ผลิตมีสถานที่ในการจำหน่ายสินค้า

4.3.4 ผู้ผลิตของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านกำไร โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ผู้ผลิตมีการจัดสรรกำไรให้กับสมาชิกเฉลี่ย มีต้นทุนในการผลิตของผ้าไหมแต่ละชิ้น มีกำไรต่อปีโดยเฉลี่ยตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ระหว่าง 0.335 ถึง 0.970 และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย คู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดตามอันดับแรก ได้แก่ การจัดจำหน่าย กับยอดขาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูงสุดหรือสมบูรณ์ รองลงมา ได้แก่ ผลกระทบกับการครองตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูงสุดหรือสมบูรณ์ และลำดับที่สาม ได้แก่ ผลกระทบกับยอดขาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูงสุดหรือสมบูรณ์

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย คู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดสามลำดับ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดจำหน่าย กับความเติบโต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ รองลงมา ได้แก่ ความสัมพันธ์ ระหว่างราคา กับความเติบโต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ และลำดับที่สาม ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับการครองตลาด มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันปานกลาง

4.4.4 ความสัมพันธ์เป็นรายคู่ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านยอดขาย ด้านการครองตลาด ด้านกำไรมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านความเติบโต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านยอดขาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านความเติบโต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านการครองตลาด ด้านกำไร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านยอดขาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านความเติบโต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านการครองตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านกำไร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัยไว้ ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าสามารถนำประเด็นสำคัญมาใช้ในการอภิปรายผล ได้ดังนี้

5.1 ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านราคา และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 1 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจผู้ผลิตใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างคุณค่าได้อย่างสอดคล้องกับคุณประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ ไม่ว่าจะเป็นชื่อตราสินค้า สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่างไปจากคู่แข่งกัน เพื่อที่จะได้เป็นผู้นำในการขายสินค้า ส่งผลให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดธุรกิจของประเดิม นิลศิริ (2547 : 91) กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจชุมชน เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ สี สันสวยงาม และลวดลายถูกตา ถูกใจลูกค้า เพื่อนำไปกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเดียวกันเพื่อจะนำไปขายผลิตภัณฑ์ให้ได้มากที่สุดและบรรลุวัตถุประสงค์คือผลตอบแทน ธุรกิจจึง

ควรสร้างผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความแตกต่างไปจากคู่แข่งอื่น เพื่อจะทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จได้ เมื่อนำมาพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1.1 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้ผลิตได้มีการกำหนดสินค้าให้มีความหลากหลาย ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เป็นสินค้าที่ลูกค้ารู้จัก มีสีสันสวยงาม และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ทำให้อท้องถิ่นมีรายได้ เป็นการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ มีอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 123-129) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีปัจจัยหลัก 4 ประการคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยองค์การธุรกิจจำเป็นต้องนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย นักการตลาดดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยมีเป้าหมายที่จะค้นหาประสิทธิผลในกระบวนการผลิตจนถึงการตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นกิจกรรมทางการตลาด จึงต้องอาศัยปัจจัยหลักที่จะช่วยส่งผลให้กิจกรรมทางการตลาดนั้นสามารถก้าวไปสู่ผลสำเร็จดังเป้าหมายได้ ปัจจัยหลักสำคัญที่นักการตลาดนำมาดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยนำมาประสมประสานให้ปัจจัยทุกตัวมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันและยังส่งผลสำเร็จต่อองค์การธุรกิจนั้น เราเรียกปัจจัยโดยรวมนี้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด

5.1.2 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้ผลิต เป็นผู้กำหนดราคาในการขายสินค้าเอง โดยมีการลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีการตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งอื่น ทำให้เกิดจุดการขายที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทำให้ขายสินค้าได้มาก ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าการกำหนดราคาจะคำนึงถึงวัตถุประสงค์ขององค์การธุรกิจ โดยการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ต้องกำหนดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ และคำนึงถึงต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาด ต้นทุนเป็นราคาขั้นต่ำที่องค์กรสามารถกำหนดราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาที่ครอบคลุมถึงต้นทุนสำหรับการผลิต การจัดจำหน่าย การขาย และทำให้ได้รับอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งการกำหนดราคา ควรคำนึงถึงส่วนประสมการตลาดอื่น ๆ ขององค์การธุรกิจ กล่าวคือ หากคู่แข่งอื่นตั้งราคาสินค้าต่ำ ควรจะต้องตั้งราคาต่ำด้วย และที่สำคัญควรคำนึงถึงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ในขั้นเจริญเติบโตธุรกิจอาจเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่พร้อมกับการกำหนดราคาที่สูงขึ้น ซึ่งอาจสูงใกล้เคียงกับธุรกิจคู่แข่งอื่นเพื่อรักษาเสถียรภาพของราคา สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทาง

การตลาดของอุตสาหกรรม (2545 : 31) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด เป็นกระบวนการวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย การโฆษณาส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม คือผลตอบแทนที่เป็นกำไร รวมถึงการวางแผนจัดการด้านแนวความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการจัดจำหน่าย และกระจายตัวสินค้า บริการ ตลอดจนแนวความคิดเพื่อทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนอันนำมาซึ่งความพึงพอใจแก่ลูกค้าและตอบสนองเป้าหมายขององค์การ

5.1.3 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ จากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดที่ได้ไปใช้ในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคได้ตามเป้าหมาย สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด เสรี วงษ์มณฑา (2547 : 39) ได้อธิบายไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด เป็นองค์ความรู้ในแนวความคิดเรื่องการตลาดมีอยู่มาหลายและมีพัฒนาการ ซึ่งหากกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจะต้องเรียนรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิผลนั้น กลุ่มผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานของตลาดเพื่อปูพื้นความรู้จากระดับความรู้ที่ง่าย สามารถนำไปปฏิบัติได้ จนกระทั่งไปสู่การเรียนรู้ที่เข้าใจได้มากยิ่งขึ้น

5.1.4 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะการส่งเสริมการขายที่มุ่งไปยังร้านค้าจะมีวัตถุประสงค์ในการกระตุ้น ผู้จัดจำหน่ายให้ผลักดันสินค้าของธุรกิจ ยอมรับสินค้าใหม่ สำหรับการส่งเสริมการขายที่มุ่งไปยังพนักงานขายจะมีวัตถุประสงค์ในการกระตุ้นพนักงานขายให้ทำหน้าที่ให้ดีขึ้น จะส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจ เนื่องจากสามารถชักจูงใจลูกค้าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ให้ได้มากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมการตลาดของ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. (2552 : 127-129) กล่าวไว้ว่า กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญตัวหนึ่งที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ก็คือ การส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ถูกนำมาใช้กันมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะในสถานะที่มีการแข่งขันสูง กิจกรรมการส่งเสริมการขายจะเป็นเครื่องมืออันหนึ่งในการผลักดันสินค้าที่ขายให้สามารถทำรายได้หรือทำยอดขายให้สูงกว่าคู่แข่ง เนื่องจากในความเป็นจริงแล้วการส่งเสริมการตลาดโดยอาศัยการ โฆษณาโดยลำพัง ไม่ก่อความสำเร็จเท่าที่ควร แต่ถ้าใช้วิธีการส่งเสริมการขายเข้ามาช่วยสนับสนุนแล้วจะก่อให้เกิดความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากการใช้วิธีการส่งเสริมการขายเป็นอย่างมาก ของบรรดาธุรกิจ

ในปัจจุบัน ดังนั้นองค์การธุรกิจ จึงควรทำการศึกษาถึงความหมายและความสำคัญของการส่งเสริม การขาย

5.2 ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งไม่ สอดคล้องกับสมมุติฐานข้อที่ 2 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากผู้ผลิตมีความรู้ที่น้อยขาดความเข้าใจ เกี่ยวกับหลักการดำเนินธุรกิจ โดยการใช้ส่วนประสมทางการตลาด จึงทำให้ไม่ประสบผลสำเร็จ เท่าที่ควร จะเห็นได้ว่า ไม่สอดคล้องกับ แนวคิดธุรกิจชุมชนของ อังศิกา นพภาติ (2547 : 172) ได้ กล่าวไว้ว่าธุรกิจชุมชนประเภทผ้าจะประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานส่วนใหญ่คณะกรรมการและ สมาชิกจะต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับเงินทุนของกลุ่มและเงินทุนส่วนมาก ได้มาจากการระดมทุน จากสมาชิกในชุมชนเอง ไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินลงทุนจากภายนอก เช่น สถาบันการเงิน หน่วยงานภายนอก ซึ่งทำให้กลุ่มประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.2.1 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านยอดขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจาก ผู้ผลิต ชุมชนเน้นเรื่องปริมาณการขายสินค้าผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มประกอบกิจการเป็นหลักสำคัญ สามารถขาย ได้โดยวัดออกมาในรูปของจำนวนเงิน (บาท)และระดับการขายสูงสุดที่บริษัทคาดว่าจะขายได้ ภายใต้วความพยายามทางการตลาดของบริษัทที่เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับคู่แข่งขั้น ศักยภาพยอดขายเป็น จีคจำกัดอุปสงค์และถ้าตลาดมีอุปสงค์ต่อสินค้าโดยสมบูรณ์ แสดงว่ายอดขายของตลาดเท่ากัน สอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กัลยาณี ภาคอิต (2545 : 144) ได้กล่าว แนวความคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน มาจากผลกำไร ซึ่งหมายถึง กำไรสุทธิ คือเป็นส่วนที่รายได้ทั้งหมดสูงกว่าค่าใช้จ่าย สำหรับงวดบัญชีเดียวกัน ถ้ารายได้ต่ำกว่า ค่าใช้จ่ายในงวดนั้นเรียกผลต่างนั้นว่า ขาดทุนสุทธิ ส่วนรายได้หมายถึง สินทรัพย์ที่กิจการได้รับ จากการขายสินค้า หรือบริการให้กับลูกค้า รวมทั้งผลตอบแทนที่ได้รับจากเงินลงทุน ส่วน ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชน หมายถึง การที่การที่กลุ่มได้มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่ม ธุรกิจชุมชน มีการดำเนินงานตามขั้นตอนต่าง ๆ ก่อให้เกิดความสำเร็จของกลุ่ม โดยพิจารณาจาก กำไรสุทธิของธุรกิจชุมชน และรายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้นของสมาชิก

5.2.2 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในด้านส่วนครองตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย สาเหตุอาจเป็นเพราะธุรกิจเน้นความสามารถในการเป็นผู้นำในตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรายอดขายครองอยู่ในตลาด โดยวัดออกมาในรูปของจำนวนที่ขายได้และถ้ายอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนเดียวกันกับยอดขายของกลุ่มแข่งขัน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแนวคิดส่วนครองตลาดของนักตลาด เศรษฐกิจ (2545 : 213) กล่าวว่า การเปรียบเทียบยอดขายของกลุ่มและคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาดหนึ่ง ๆ เพื่อวัดความเปลี่ยนแปลงของส่วนครองตลาด สามารถสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดของกลุ่ม โดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง หากส่วนครองตลาดสูงกว่า แสดงว่ากลยุทธ์การตลาดเราดีกว่า ถ้าส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่า แสดงว่าต้องรีบตรวจสอบว่ามีปัญหาจากจุดใดและทำการปรับปรุงใหม่

5.2.3 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านความเจริญเติบโตทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจาก ผู้ผลิตเน้นความสามารถในการขยายตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มประกอบกิจการของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม สามารถขยายออกสู่ตลาดภายนอกชุมชนได้ โดยวัดออกมาในรูปของสถานที่ที่วางจำหน่าย และช่วงเวลาที่ตลาดยอมรับสินค้าอย่างรวดเร็วและผลกำไรเพิ่มขึ้นมากที่สุด(แห่ง) การปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพื่อดึงดูดใจผู้ซื้อ ทำให้ได้ยอดขายที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดธุรกิจชุมชน ของอังศิกา นพภาณี (2547 : 172) ได้กล่าวว่าธุรกิจชุมชนประเภทผ้าจะประสบผลสำเร็จ ในการดำเนินงานส่วนใหญ่คณะกรรมการและสมาชิกจะต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับเงินทุนของกลุ่มและเงินทุนส่วนมากได้มาจากการระดมทุนจากสมาชิกในชุมชนเอง ไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินลงทุนจากภายนอก เช่น สถาบันการเงิน หน่วยงานภายนอก ซึ่งทำให้กลุ่มประสบผลสำเร็จในการดำเนินงาน ชุมชน และรายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้นของสมาชิก

5.2.4 ผู้ผลิตธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีการปฏิบัติการเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ด้านกำไร โดยรวมอยู่ในระดับน้อย สาเหตุอาจมาจากผู้ผลิตต้องการให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีราคาถูกลงกว่าท้องตลาด ให้ชุมชนมีรายได้ ส่วนผลตอบแทนหรือกำไรที่ต้องการเพียงเล็กน้อย เพื่อเป็นเงินปันผลคืนให้สมาชิกในกลุ่ม กล่าวว่ากำไรจะสามารถประเมินผลการดำเนินงานของกิจการในรอบระยะเวลาหนึ่งว่ามีกิจการมีรายได้รวมทั้งสิ้นเท่าไร มีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเท่าไร ถ้ามี

รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายผลต่างก็คือ กำไร ในทางตรงข้ามถ้ารายได้ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายผลต่างก็คือขาดทุน การประเมินผลการดำเนินงานและปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ขายผลิตภัณฑ์ให้ได้มากที่สุดเพื่อจะได้มีกำไรการดำเนินงานซึ่งเป็นผลในการประเมินความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของกัลยาณี ภาควัต (2545 : 144) ได้กล่าวแนวความคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ส่วนความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชน หมายถึง การที่การที่กลุ่มได้มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชน มีการดำเนินงานตามขั้นตอนต่าง ๆ ก่อให้เกิดความสำเร็จของกลุ่ม โดยพิจารณาจากกำไรสุทธิของธุรกิจชุมชน และรายได้สุทธิที่เพิ่มขึ้นของสมาชิก

5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ระหว่าง 0.335 ถึง 0.970 และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากกิจการธุรกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในเรื่องของการจัดหาสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ผลิตธุรกิจชุมชนทั้งยังส่งเสริมในเรื่องของการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ จัดให้มีการอบรมเทคนิคทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิธีการขายให้แก่ผู้ผลิต รวมทั้งยังมีการส่งเสริมให้กลุ่มอาชีพสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้สินค้าประเภทผ้า ยังมีราคาถูก รัฐบาลได้ส่งเสริมให้ธุรกิจชุมชนเป็นสินค้าส่งออกเพื่อเพิ่มยอดขาย ส่วนครองตลาด ให้กับผู้ผลิตธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดความสำเร็จของธุรกิจของ ฉลอง ประดับสุข (2541 : 206-208) กล่าวไว้ว่า การมีกรรมการที่มีความสามารถมีอาชีพ และรายได้ดี มีผลต่อการดำเนินงาน เนื่องจากกรรมการที่มีรายได้ต่ำ และปานกลาง มีความกระตือรือร้นพยายามแสวงหาโอกาสเข้าร่วมกลุ่ม เป็นผู้ประสานในกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มสนองความต้องการของตน เช่น รายได้ ค่าตอบแทน การยกย่อง การยอมรับในความสามารถ การเป็นตัวแทนกลุ่มในการบริหารจัดการ การดำเนินการจึงต่อเนื่องและสูง ในขณะที่กรรมการสตรีที่มีรายได้สูงที่เป็นผู้ออกเงินทุนสนับสนุนหวังเป็นเพียงแกนนำในการพัฒนาสตรี แต่โอกาสไม่เอื้ออำนวย จึงมีภารกิจส่วนตัวมาก ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่ำ

นอกจากนี้สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ เสรี วงษ์มณฑา (2547 : 39) ได้อธิบายไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาด เป็นองค์ความรู้ในแนวความคิดเรื่องการตลาด มีอยู่มากมายและมีพัฒนาการ ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจะต้องเรียนรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิผลนั้น กลุ่มผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานของตลาดเพื่อปูพื้นฐานความรู้จากระดับความรู้ที่ง่าย สามารถนำไปปฏิบัติได้ จนกระทั่งไปสู่การเรียนรู้ที่เข้าใจได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นในการเรียนรู้ทางการตลาดเบื้องต้น เช่น แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสาร การตลาด ซึ่งในความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ การรู้จักคู่แข่ง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

5.3.1 ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับ

ความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ด้านยอดขาย ($r_{xy} = 0.970$) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ผลิตมีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องและมีการนำสินค้าไปวางขายตามแหล่งต่าง ๆ เช่น ในสถานที่ท่องเที่ยว งานแสดงสินค้า มีการจัดวางสินค้าแต่ละประเภทและมีการตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม นอกจากนี้ยังมีการจัดสินค้าลดราคาตามเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรยาพร เสมอใจ(2545 : 213) กล่าวว่าเป็นการเปรียบเทียบยอดขายของกลุ่มและคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาดหนึ่ง ๆ เพื่อวัดความเปลี่ยนแปลงของส่วนครองตลาด ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดของกลุ่ม โดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น หากส่วนครองตลาดสูงกว่า แสดงว่ากลยุทธ์การตลาดดีกว่า ถ้าส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่าแสดงว่าต้องรีบตรวจสอบว่ามีปัญหาจากจุดใดและทำการปรับปรุงใหม่

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญญา บุญสุภาพ (2545 : 211) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากผ้าพื้นเมือง ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจและให้ความสำคัญระดับมาก ในการให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบสินค้าในแต่ละร้านมีลักษณะคล้าย ๆ กัน สินค้าไม่มีความหลากหลาย บางส่วนมีความเห็นว่าสินค้าดี มีคุณค่า และบางส่วนเห็นว่าพนักงานพูดจาไม่สุภาพ นอบน้อมและสินค้าบางชนิดมีราคาสูงเกินไป

5.3.2 ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับความสำเร็จในการดำเนิน

กิจการ ด้านส่วนครองตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง ($r_{xy} = 0.913$) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ผลิตได้มีการกำหนดสินค้าในรูปแบบหลากหลาย มีความทันสมัยมีสีสันสวยงาม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่รู้จักของลูกค้าเพื่อนำความสามารถในการเป็นผู้นำในตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนสอดคล้องกับแนวคิดรูปผลิตภัณฑ์ของอตุลย์ จาตุรงค์กุล (2546 : 126-134) กล่าวว่ารูปผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน เพื่อสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ขององค์กรกับคู่แข่งอื่นในตลาด เนื่องจากความแตกต่างของความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคและทางเลือกในการตัดสินใจที่มีมาก ทำให้องค์กรจำเป็นต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ หากองค์กรใดที่สามารถผลิตสินค้าที่เป็นรายแรก และแนะนำสิ่งที่เป็น ตลอดจนคุณค่าด้วยรูปผลิตภัณฑ์ที่ใหม่กว่า ย่อมเป็นแนวทางที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพใน

การแข่งขัน ซึ่งการกำหนดรูปลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจว่าจะใช้รูปลักษณ์ใดจึงจะเหมาะสม องค์การต้องสำรวจข้อมูลในอดีตของการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดยการซักถามสิ่งที่ผู้บริโภคชอบ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนิตยสาร เสมอใจ(2545 : 213) กล่าวว่า อัตราส่วนการครองตลาด อาจส่งผลการเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนครองตลาดของธุรกิจ ถ้าส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้น แสดงว่าประสิทธิภาพในการสร้างยอดขายของธุรกิจสูงกว่าคู่แข่ง โดยเปรียบเทียบในทางตรงกันข้าม ถ้าส่วนครองตลาดของธุรกิจลดลง แสดงว่าประสิทธิภาพในการสร้างยอดขายลดลง โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งประสิทธิภาพในการสร้างยอดขายอาจขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการเจาะตลาด ความภักดีของลูกค้า การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการกำหนดราคาที่เหมาะสม

5.3.3 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ด้านยอดขาย มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง ($r_{xy} = 0.819$) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบันลูกค้าให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตจึงเน้นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในด้านผลิตภัณฑ์ โดยปรับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความทันสมัย มีรูปแบบการบรรจุหีบห่อสวยงาม มีการทำตราสินค้าเป็นที่รู้จักของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาลตลาดของเบญญาบุญสุภาพ (2545 : 211) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าด้านสินค้า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและให้ความสำคัญระดับมากในควมมีเอกลักษณ์ ความสวยงามและความเหมาะสม และระดับปานกลางต่อสินค้าออกแบบดั้งเดิม สี สันสวยงาม ลวดลายที่หลากหลาย งานประดิษฐ์ละเอียดและสามารถสั่งทำตามที่ต้องการได้ ด้านราคา มีความพึงพอใจและให้ความสำคัญ ในราคาที่สมเหตุสมผลและการกำหนดราคาที่แน่นอน การแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน ระดับปานกลาง

5.3.4 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านจัดจำหน่าย กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ด้านความเติบโตทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.335$) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ผลิตยังไม่ให้ความสำคัญในการจัดกิจกรรมด้านการจัดจำหน่ายในช่วงเวลาที่สินค้ากำลังได้รับการยอมรับ อาจจะยังไม่มี ความเข้าใจในขบวนการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเติบโตทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ผ้า เครื่องแต่งกาย ซึ่งเป็นการเน้นถึงความสามารถในการขยายตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความเติบโตทางธุรกิจของยุทธนา ธรรมเจริญ (2547 : 426-427) ได้กล่าวว่า ความเติบโตทางธุรกิจเป็นช่วงเวลาที่ตลาดยอมรับสินค้าอย่างรวดเร็วและผลกำไรเพิ่มขึ้นมากที่สุดจากนั้นยอดขายจะช้าลง เพราะผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับ โดยผู้ซื้อที่มีศักยภาพเกือบหมดแล้วกำไรเริ่มคงที่หรือลดลง อาจ

เนื่องจากการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น สังเกตได้จากยอดขายที่โตขึ้นสูงอย่างรวดเร็ว ผู้ยอมรับในช่วงแรกในการขายผลิตภัณฑ์และมีผู้บริโภครายอื่นซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น คู่แข่งขันรายใหม่เริ่มเข้าตลาดเพื่อสร้างแรงดึงดูดของโอกาสทางการตลาดจึงเกิดการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพิ่มผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่หรือผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์มีขนาด รสชาติ และอื่น ๆ แยกต่างหาก มีการโฆษณาแบบการสร้างการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์มาเป็นการโฆษณาเพื่อสร้างความชอบพอในตัวผลิตภัณฑ์ กำหนดราคาให้ต่ำลงเพื่อดึงดูดใจผู้ซื้อในระดับอื่นที่มีความรู้สึกไวต่อราคา

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอังศิกา นพภาลี (2547 : 138) ได้ศึกษา กลุ่ม ทอผ้าชุมชนที่ประสบความสำเร็จว่า มีการปฏิบัติด้านการบริหารการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มหรือผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายเองโดยตรง การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าหรือเทศกาลต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ สี สัน และลวดลาย ราคา ผลิตภัณฑ์เป็นมาตรฐานเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เสมอ อาจเนื่องมาจากปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และปัจจุบันมีการแข่งขันรุนแรง จำเป็นที่ธุรกิจจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและราคายุติธรรม จึงจะสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ และนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ เองก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้ผลดีและแก้ปัญหาสินค้าค้างสต็อก เพราะการที่ผู้ผลิตนำไปจำหน่ายเอง ทำให้สามารถที่จะให้ศึกษารายละเอียดและตอบคำถามต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจกับผู้บริโภคได้

5.3.5 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการด้านความเติบโตทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.345$) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ผลิตมีเงินลงทุนน้อยจึงได้กำหนดระยะเวลาการให้เครดิตกับผู้ขายผลิตภัณฑ์เป็นระยะเวลาดั้งเดิม และการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด เมื่อเทียบกับสินค้ากลุ่มอื่นที่มีราคาแตกต่างกัน จึงเป็นสาเหตุทำให้ความเติบโตทางธุรกิจของชุมชนลดลง สอดคล้องกับแนวคิดการกำหนดราคาของวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 129) กล่าวไว้ว่า การตั้งราคาเพื่อรักษาความอยู่รอด (Survival) เป็นวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในขณะที่องค์กรกำลังเริ่มดำเนินกิจการ เนื่องจากการแข่งขันด้านราคาที่สูง กำไรการผลิตที่มากเกินไป ความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของผู้บริโภค ทำให้องค์กรต้องกำหนดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อความอยู่รอด เพื่อที่จะทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น อันจะส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินงานต่อไปได้ โดยถ้าใครจะมีความสำคัญน้อยกว่าความอยู่รอดของกิจการ แต่อย่างไรก็ตาม องค์กรจะสามารถอยู่ได้ ก็ต่อเมื่อการตั้งราคาควรที่จะกำหนดให้ครอบคลุมถึงต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ การรักษาความอยู่รอดสามารถกำหนดเป็น

วัตถุประสงค์ในระยะสั้นได้ แต่ในระยะยาวต้องศึกษาถึงคุณค่าที่ผู้บริโภคและความล้มเหลวขององค์การด้วย การตั้งราคาเพื่อการสร้างกำไรในปัจจุบันให้สูงที่สุด (Current Profit Maximization) ถือเป็นเป้าหมายในการกำหนดราคาที่องค์การต้องมีการประมาณการอุปสงค์และต้นทุนว่า จะเป็นเท่าใด ณ ราคาที่แตกต่างกัน จากนั้นจึงเลือกราคาที่สามารทำกำไรให้กับองค์การสูงที่สุด และทำให้มีกระแสเงินสดเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนมีอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุนในปัจจุบันสูงสุด

5.3.6 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด กับความสำเร็จในการดำเนินงาน ด้านส่วนรองตลาด มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = 0.431$) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ผลิตเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านการตลาดน้อยจึงเน้นแต่ด้านการผลิตไม่ค่อยมุ่งเน้นด้านการตลาดเท่าที่ควร และการทำการตลาดส่วนใหญ่อาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐ ซึ่งเกิดขึ้นได้อย่างล่าช้าจึงส่งผลให้ได้รับส่วนรองตลาดน้อยกว่า สอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมการขายของวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 127-129) กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือของนักการตลาด ในเรื่องของการชักจูงลูกค้าใหม่เข้าสู่กิจการ กระตุ้นเตือนให้ลูกค้าเก่าเพิ่มปริมาณการซื้อ เพิ่มปริมาณการบริโภค รวมทั้งรักษาลูกค้าเก่า นอกจากนี้ยังสามารถจูงใจลูกค้าของคู่แข่งให้หันมาใช้สินค้าของธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่ากลับไม่สอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การตลาดของฉัตรยาพร เสมอใจ(2545 : 213) กล่าวว่าการเปรียบเทียบยอดขายของกลุ่มและคู่แข่งอื่น ๆ ในตลาดหนึ่ง ๆ เพื่อวัดความเปลี่ยนแปลงของส่วนรองตลาด จะสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกลยุทธ์การตลาดของกลุ่ม โดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง หากส่วนรองตลาดสูงกว่า แสดงว่ากลยุทธ์การตลาดเหนือกว่า ถ้าส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่าแสดงว่าต้องรีบตรวจสอบว่ามีปัญหาจากจุดใดและทำการปรับปรุงใหม่

6. ข้อเสนอแนะ

6.1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

6.1.1 จากผลการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ผลิตธุรกิจชุมชนมีการปฏิบัติการในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากประเด็นดังกล่าว ผู้ผลิตธุรกิจชุมชนควรนำไปใช้ในการวางแผนการผลิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ให้ได้มากที่สุด

6.1.2 จากผลการวิจัยด้านความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ผลิตธุรกิจชุมชนมีการปฏิบัติการใน

ด้านยอดขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากประเด็นดังกล่าว ผู้ผลิตธุรกิจชุมชนควรนำไปใช้ในการวางแผนการการขายผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้กิจการสามารถสร้างยอดขายให้ได้มากที่สุด

6.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 จากการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ผลิตธุรกิจชุมชนมีการปฏิบัติการในด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าในหลายช่องทาง

6.2.2 จากการศึกษา ความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ผลิตธุรกิจชุมชนมีความคิดเห็นในด้านความเติบโตทางธุรกิจ ส่วนครองตลาด และกำไร โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย จากประเด็นดังกล่าว ผู้ผลิตธุรกิจชุมชนควรมีการออกจำหน่ายสินค้าตามจุดขายให้มากขึ้น มีการตั้งราคาสินค้าแตกต่างจากคู่แข่งขึ้นจากประเด็นดังกล่าว ผู้ผลิตควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักของชุมชนให้มากกว่านี้ และที่สำคัญควรมีการวางแผนเพื่อการลงทุน เพื่อควบคุมต้นทุนในการผลิตสินค้า