

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การตลาดต่อยุทธศาสตร์ทางการตลาดแบบบูรณาการ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อจำกัด

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาดต่อยุทธศาสตร์

ทางการตลาดแบบบูรณาการ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการ

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ประกอบการเป็นเพศหญิง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 และเพศชายจำนวน 18 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.00 ส่วนมากเป็นผู้มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 อายุ 33-39 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 26.40 อายุ 26-32 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 สถานภาพสมรส จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 94.30 แยกกันอยู่/หย่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 โสด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90 รายได้/เดือน 5,001-10,000 บาท

จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 90.60 และรายได้/เดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็น

ร้อยละ 9.40

2) ผลการวิเคราะห์ทัศนคติภาพการดำเนินงาน กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.64$, S.D.=0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการตัดสินใจ ($\bar{X}=4.68$, S.D.=0.43) ด้านการทำงานเป็นคณะ ($\bar{X}=4.64$, S.D.=0.42) ด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.49) ด้านการจัดทรัพยากรขององค์กร ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.48) ด้านการจัดเก็บข้อมูล ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.41)

2.1) ด้านการจัดเก็บข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการ สนับสนุนทรัพยากรในการการจัดเก็บอย่างเพียงพอ ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.67) กลุ่มผู้ประกอบการมีการจัดเก็บข้อมูลปัญหาในด้านต่างๆของสมาชิก ($\bar{X}=4.68$, S.D.=0.51) กลุ่มผู้ประกอบการมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ($\bar{X}=4.57$, S.D.=0.72) กลุ่มผู้ประกอบการสามารถจัดเก็บข้อมูลที่ต้องการได้อย่างอิสระ ($\bar{X}=4.55$, S.D.=0.54) และกลุ่มผู้ประกอบการเห็นความสำคัญในการจัดเก็บข้อมูล ($\bar{X}=4.55$, S.D.=0.54)

2.2) ด้านการทำงานเป็นคณะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.84$, S.D.=0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการมีอิสระในการตัดสินใจที่จะปฏิบัติการร่วมกันทุกกิจกรรม ($\bar{X}=4.87$, S.D.=0.39) กลุ่มผู้ประกอบการมีการกำหนดกฎระเบียบข้อตกลงและถือปฏิบัติร่วมกันอย่างเคร่งครัด ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.50) กลุ่มผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานต่าง ๆ ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.53) กลุ่มผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการทำงานเป็นคณะ ($\bar{X}=4.58$, S.D.=0.72) กลุ่มผู้ประกอบการมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์การอบรมอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}=4.43$, S.D.=0.72)

0.72)

2.3) ด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบงานที่ชัดเจน ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.70) กลุ่ม

ผู้ประกอบการมีการปรับปรุงงานอยู่เสมอ ($\bar{X}=4.66$, S.D.=0.52) กลุ่มผู้ประกอบการมีการประสานงานกันเป็นอย่างดีภายใต้ระเบียบข้อตกลงร่วมกัน ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.71) กลุ่มผู้ประกอบการมีการแนะนำให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้การปฏิบัติงานร่วมกัน ($\bar{X}=4.57$, S.D.=0.72) และกลุ่มผู้ประกอบการสามารถจัดคนให้เหมาะกับหน้าที่ตามความรู้ของบุคคล ($\bar{X}=4.57$, S.D.=0.54) ตามลำดับ

2.4) ด้านการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.68$, S.D.=0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการมีอิสระในการคิดและการตัดสินใจ ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.57) กลุ่มผู้ประกอบการมีการออกความคิดเห็นต่าง ๆ ภายใต้ระเบียบข้อตกลง ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.50) กลุ่มผู้ประกอบการมีการปรึกษาหารือกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ($\bar{X}=4.64$, S.D.=0.71) กลุ่มผู้ประกอบการได้ถือปฏิบัติตามข้อตกลงอย่างเคร่งครัด ($\bar{X}=4.64$, S.D.=0.52) กลุ่มผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.63)

2.5) ด้านการจัดทรัพยากรขององค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการได้เปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรมีอิสระในการเลือกใช้ทรัพยากร ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.50) กลุ่มผู้ประกอบการมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ด้านการจัดทรัพยากรอยู่อย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}=4.64$, S.D.=0.52) กลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำเงินไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและประหยัด ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.71) กลุ่มผู้ประกอบการมีการนำทรัพยากรมาใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ คน เงินทุน เครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ ($\bar{X}=4.57$, S.D.=0.72) กลุ่มผู้ประกอบการสนับสนุนให้การปฏิบัติงานตามแผนเป็นไปอย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ การออมเพิ่มขึ้น ($\bar{X}=4.57$, S.D.=0.72)

5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคร

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 มีอายุ 33-39 ปีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 มีสถานภาพสมรส จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 76.1 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 มีรายได้/เดือน 5,001-10,000 บาทจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2

2) ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาด
บูรณาการ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีความคิดเห็นในด้านการโฆษณา ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.61) ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.65) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.64) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.67) และ ด้านการตลาดทางตรง ($\bar{X}=4.29$, S.D.=0.63) ตามลำดับ

2.1) ด้านการโฆษณา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.61) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการมีการทำแผ่นป้ายโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ลูกค้าเห็นชัดเจน ($\bar{X}=4.48$, S.D.=0.80) กลุ่มผู้ประกอบการมีการจัดแสดงสินค้าตามงาน OTOP ในจังหวัดต่าง ๆ ($\bar{X}=4.42$, S.D.=0.82) กลุ่มผู้ประกอบการทำการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่นในช่วงที่เหมาะสม ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.81) กลุ่มผู้ประกอบการมีการทำเว็บไซต์ของกลุ่มเพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการสั่งซื้อ ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.75) กลุ่มผู้ประกอบการจัดทำแผ่นพับมีการระบุตัวสินค้าและราคาที่ชัดเจน ($\bar{X}=4.28$, S.D.=0.74) ตามลำดับ

2.2) ด้านประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.64) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการใช้การประชาสัมพันธ์เมื่อต้องการให้ความรู้กับลูกค้า ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.83) กลุ่มผู้ประกอบการสร้างสัมพันธ์อันดีแก่ชุมชน ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.80) กลุ่มผู้ประกอบการใช้ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.36$, S.D.=0.84) กลุ่มผู้ประกอบการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.83) และกลุ่มผู้ประกอบการใช้โบรชัวร์ที่มีสีสันสวยงามและสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ($\bar{X}=4.24$, S.D.=0.87) ตามลำดับ

2.3) ด้านการตลาดทางตรง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.29$, S.D.=0.63) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการมีการขายผ่านทางแคตตาล็อกโดยบอกราคาของสินค้าและรหัสสินค้าอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.87) กลุ่มผู้ประกอบการใช้การตลาดทางตรงร่วมกับข้อเสนอพิเศษ เช่นการลดราคาสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.82) กลุ่มผู้ประกอบการใช้การขายโดยบุคคลเพื่อต้องการรับรู้ข้อมูลของลูกค้าว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร (\bar{X}

=4.25, S.D.= 0.81) กลุ่มผู้ประกอบการมีการขายโดยวิธีสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับลูกค้า ($\bar{X}=4.24$, S.D.=0.90) และกลุ่มผู้ประกอบการมีการขายผ่านทางไปรษณีย์โดยบอกราคาของสินค้า และรหัสสินค้าอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.20$, S.D.= 0.78) ตามลำดับ

2.4) ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.35$, S.D.=0.65) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ($\bar{X}=4.38$, S.D.= 0.81) กลุ่มผู้ประกอบการมีการบริการที่ดีพูดจาสุภาพ ($\bar{X}=4.36$, S.D.= 0.84) กลุ่มผู้ประกอบการมีการใช้พนักงานขายเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการขาย ($\bar{X}=4.36$, S.D.=0.78) กลุ่มผู้ประกอบการใช้พนักงานขายผลิตภัณฑ์ที่มีความสลับซับซ้อนซึ่งไม่สามารถขายผ่านสื่อมวลชนได้ ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.86) และกลุ่มผู้ประกอบการมีการให้พนักงานอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.82) ตามลำดับ

2.5) ด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.67) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กลุ่มผู้ประกอบการมีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ($\bar{X}=4.49$, S.D.= 0.81) กลุ่มผู้ประกอบการมีการจัดทำโปรโมชั่นลดราคาสินค้าเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า ($\bar{X}=4.37$, S.D.= 0.84) กลุ่มผู้ประกอบการมีการใช้พนักงานขายเสนอสินค้าเพื่อกระตุ้นลูกค้าให้เกิดการทดลองใช้ ($\bar{X}=4.32$, S.D.= 0.83) กลุ่มผู้ประกอบการมีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านเพื่อความสะดวกของลูกค้า ($\bar{X}=4.27$, S.D.= 0.88) กลุ่มผู้ประกอบการมีการแจกของที่ระลึกให้กับลูกค้าเนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ($\bar{X}=4.23$, S.D.= 0.89) ตามลำดับ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์

5.2.1 ผลการศึกษาศักยภาพดำเนินงาน กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.64$, S.D.=0.43) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตัดสินใจ ด้านการทำงานเป็นคณะ ด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านการจัดทรัพยากรในองค์กร และด้านการ

จัดเก็บข้อมูลซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บังอร พลลาภและคณะ ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของบริษัท โตโยต้า มหาสารคาม (1992) จำกัด พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ของบริษัทโตโยต้า มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก คือด้านทรัพยากร ด้านบุคคล ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านผู้นำ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านเครือข่ายนวัตกรรม ด้านการฝึกอบรม

5.2.2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ด้านการจัดเก็บข้อมูลผู้ประกอบการควรมีการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบในสถานประกอบการเพื่อที่เมื่อต้องการจะเอาข้อมูลออกมาดูจะได้ง่ายต่อการค้นหา ด้านการทำงานเป็นคณะสมาชิกในกลุ่มจะต้องมีความร่วมมือกันในการทำงานและมีการคิดค้นสายผ้าฝ้ายที่แปลกใหม่อยู่เสมอ ด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบผู้ประกอบการจะต้องมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบงานที่ชัดเจน ด้านการตัดสินใจประธานกลุ่มจะต้องพิจารณาให้รอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจลงไป ทั้งนี้การตัดสินใจในบางเรื่องของหัวหน้ากลุ่มอาจหมายถึงชีวิตหรืออนาคตของบุคคลนั้น และด้านการจัดทรัพยากรขององค์กร การจัดทรัพยากรขององค์กร ด้านลูกค้าทางกลุ่มควรมีการพัฒนาตลาดสายผ้าฝ้ายใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดด้านการกระจายสินค้าทางกลุ่มควรมีการกระจายสินค้าที่หลากหลายช่องทางนอกจากรอให้พ่อค้าคนกลางมารับหรือให้ลูกค้ามารับสินค้าเอง ด้านเครื่องมือในการผลิตทางกลุ่มต้องนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการนำมาผลิตสินค้าเพื่อให้ทันตรงต่อความต้องการของลูกค้าด้านวัตถุดิบทางกลุ่มต้องมีวัตถุดิบในการทอผ้าฝ้ายที่เพียงพอซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บังอร พลลาภและคณะ (2551:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของบริษัทโตโยต้า มหาสารคาม (1992) จำกัด พบว่า ด้านการฝึกอบรมควรมีการจัดสัมมนานอกพื้นที่เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะและประสบการณ์ใหม่ให้กับพนักงาน ด้านเครือข่ายนวัตกรรมควรมีการศึกษาความรู้จากตำรา-วารสาร-อินเทอร์เน็ต และแหล่งความรู้ต่างๆอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความรู้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน ด้านผู้นำควรแนะนำความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเพื่อให้มีรายได้ที่สูงขึ้นเป็นโอกาสในการเจริญก้าวหน้าในการทำงานต่อไป ด้านทรัพยากรควรมีการจัดสรรงานให้เหมาะสมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและตรงกับความสามารถของแต่ละคน ด้านโครงสร้างองค์กรควรปรับให้

พนักงานเข้าร่วมอบรมสัมมนาเกี่ยวกับงานในหน้าที่เพื่อจะได้รับผิดชอบหน้าที่ให้เหมาะสม ด้านบุคคลควรปฏิบัติในด้านการแต่งกายให้เหมาะสมกับวัย และโอกาสเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

5.2.3 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด การตลาดบูรณาการ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.57) ซึ่งโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการตลาดทางตรง สอดคล้องกับการศึกษาของนางลักษณ์ นามบุตตี (2553 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอิทธิพลจากการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการของของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนใน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่หากพิจารณาหลายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ภาพลักษณ์บริษัท ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และภาพลักษณ์กิจการ ตามลำดับ

5.2.4 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดบูรณาการ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในด้านการโฆษณา โดยมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคโดยการโฆษณา ผ่านสื่ออีกหลายทางนอกเหนือจากอินเทอร์เน็ต ด้านการขายโดยใช้พนักงานขายโดยมีการอบรมพนักงานให้มีทักษะและประสบการณ์ในการขาย โดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าสามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อในทันที ด้านการประชาสัมพันธ์ ทางกลุ่มต้องมีการประชาสัมพันธ์ทางอื่นนอกเหนือจากสื่อวิทยุซึ่งทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าของเรามากขึ้น ด้านการส่งเสริมการขายโดยมีการทำโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า มีการแจกหรือแถมของชำร่วยและลดราคาของในเทศกาลต่างๆ ด้านการตลาดทางตรงกลุ่มผู้ประกอบการมีการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงเพื่อสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด ประกอบด้วย โทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรืออินเทอร์เน็ต ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพพร คำศรี (2552 :บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผล

ต่อการตัดสินใจใช้บริการสตูดิโอภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดหนองคายควรมีการ
โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียงมีการแจกเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการของ
ธุรกิจสตูดิโอถ่ายภาพมากขึ้น มีการแจกของขวัญเล็กน้อยให้แก่ผู้มาใช้บริการเพื่อผู้บริโภคได้เห็นของ
จริง สื่อที่ควรโฆษณามาก ๆ คือนิตยสารเนื่องจากหาหาอ่านได้ง่าย

สมมติฐาน

ผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา
ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม มีเพศ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การ
ติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา
ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ สุอนันตาและคณะ (2549: บทคัดย่อ) ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์
MCOT Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ดมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การ
ติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT Public company United
สาขาจังหวัดพนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทาง
การตลาดแบบบูรณาการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา
ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์
การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาด
บูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ สุอนันตาและคณะ (2549: บทคัดย่อ) ได้
ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์
MCOT Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนว
ทางการพัฒนากลยุทธ์การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT
Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ สอนันตาและคณะ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีสถานภาพ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ สอนันตาและคณะ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ สอนันตาและคณะ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT Public company United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการของสถานีโทรทัศน์ MCOT Public company

United สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม มีเพศ แตกต่างกันมีศักยภาพ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บังอร พลภาคและคณะ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัท ไทโยต้า มหาสารคาม (1992) จำกัดมีศักยภาพในการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้ประกอบการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุ แตกต่างกันมีศักยภาพโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บังอร พลภาค และคณะ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัทไทโยต้า มหาสารคาม (1992) จำกัดมีศักยภาพในการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผู้ประกอบการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีศักยภาพโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ บังอร พลภาค และคณะ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัท ไทโยต้า มหาสารคาม (1992) จำกัดมีศักยภาพในการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้ประกอบการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีสถานภาพ แตกต่างกันมีศักยภาพโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบังอร พลภาค และคณะ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ การ

ติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัท โตโยต้า มหาสารคาม (1992) จำกัดมีศักยภาพในการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผู้ประกอบการของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบล ศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่มีรายได้ แตกต่างกันมีศักยภาพโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบังอร พลภาคและคณะ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัท โตโยต้า มหาสารคาม (1992) จำกัดมีศักยภาพในการดำเนินงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 ข้อจำกัด

5.3.1 ในเรื่องของเงินทุนในการศึกษางานวิจัยมีน้อยและจำกัด

5.3.2 นักศึกษาขาดการติดต่อประสานงานเพื่อพูดคุยและแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการวิจัยทำให้เกิดความสับสนในเนื้อหาของการทำงานทำความเข้าใจ

5.3.3 ในเรื่องของระยะเวลาคือตลอดภาคเรียนที่ 2 / 2554

5.4 ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา ครั้งนี้คณะผู้วิจัย พบว่าผลการศึกษามีประเด็นที่น่าสนใจสำหรับนำมาเสนอแนะ ดังนี้

5.4.1 ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป หมู่ที่ 13 บ้านลาดบูรพา ตำบลศรีสุข อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม มีการลดราคาสินค้าเป็นพิเศษ โดยหากผู้ซื้อซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากให้มีการลดราคา หรือซื้อสินค้าในจำนวนมากก็จะให้ของแถมซึ่งอาจเป็นสินค้าประเภทอื่น หรือสินค้าที่ต้องการวางจำหน่ายให้ลูกค้าเกิดความสนใจซึ่งจะเป็นการโฆษณาสินค้าอีกทางหนึ่ง

5.4.2 ด้านการตลาดทางตรง พบว่า ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค

โดยการใช้สื่อวิทยุอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด โดยเฉพาะวิทยุชุมชนซึ่งกลุ่มคนส่วนใหญ่ในปัจจุบันนิยมรับฟังกันมาก แต่เมื่อพิจารณาจากค่าการโฆษณาที่มีราคาสูงอาจทำให้ผู้ผลิตตัดสินใจใช้วิธีนี้เฉพาะในกรณีที่ต้องการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าที่วางตลาดชนิดใหม่ หรือการลดราคาในแต่ละช่วงเทศกาล ซึ่งอาจจะทำให้ผู้ฟังได้รับข่าวสารที่น้อยเกินไป นอกจากนี้ผู้ผลิตควรเจาะกลุ่มตลาดไปยังชาวบ้านที่อาศัยตามพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ ผ่านรถโฆษณา

5.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์การตลาดต่อสื่อสาร

ทางการตลาดแบบบูรณาการ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

ด้านการจัดเก็บข้อมูล

1. ควรมีการจัดเก็บข้อมูลของกลุ่มพ่อค้าฝ่ายและแปรรูป ให้เป็นระเบียบ กิจกรรมจัดทำแฟ้มข้อมูลรายชื่อสมาชิกในกลุ่ม

2. กลุ่มพ่อค้าฝ่ายและแปรรูปควรมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับรายรับ – รายจ่าย กลุ่มพ่อค้าฝ่ายและแปรรูปให้เป็นปัจจุบัน กิจกรรม ทำสมุดบัญชีรายรับ -รายจ่ายในแต่ละวัน

ด้านการทำงานเป็นคณะ

1. ควรมีการจัดอบรม สมาชิกในกลุ่มให้มีความเชี่ยวชาญสามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าฝ้ายและสามารถเป็นตัวแทนในอนาคตได้

2. ควรมีการพัฒนาและฝึกอบรมให้บุคลากรมีความชำนาญในขบวนการผลิต

3. ควรมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ การฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับงานและสามารถทำงานอื่นได้พร้อมกันอย่างชำนาญและเชี่ยวชาญ

การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

1. ควรมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบงานที่ชัดเจน และสามารถจัดคนให้เหมาะสมกับหน้าที่ตามความรู้ของบุคคลนั้น ๆ

2. ควรมีการประสานงานกันเป็นอย่างดีภายใต้ระเบียบข้อตกลงร่วมกันของกลุ่มพ่อค้าฝ้ายและแปรรูป

3. ควรมีการแนะนำให้ความรู้และแลกเปลี่ยนเรียนรู้การปฏิบัติงานร่วมกันของกลุ่ม

ทอผ้าฝ้ายและแปรรูป

การตัดสินใจ

1. ควรมีการออกความคิดเห็นต่าง ๆ ภายใต้ระเบียบข้อตกลงร่วมกันของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป

2. ควรมีการปรึกษาหารือกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันของกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป

ด้านการจัดทรัพยากรองค์กร

1. ควรมีการนำทรัพยากรมาใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ คน เงินทุน เครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ

2. ควรมีการสนับสนุนให้การปฏิบัติงานตามแผนเป็นไปอย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ

3. ควรมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ด้านการจัดทรัพยากรอยู่อย่างสม่ำเสมอ

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูป

ด้านการโฆษณา

1. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการทำการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุท้องถิ่นอยู่ในช่วงที่เหมาะสม

2. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการจัดทำการโฆษณาผ่านแผ่นพับที่มีข้อมูลชัดเจน

ถูกต้องเป็นที่ดึงดูดต่อผู้บริโภค

3. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการทำเว็บไซต์ของกลุ่มเพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการสั่งซื้อและบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายอย่างถูกต้อง ชัดเจน

ด้านการประชาสัมพันธ์

1. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ด้วยการจัดแสดงสินค้าตามงาน OTOP ต่าง ๆ

2. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ่านทางวิทยุท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

3. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการให้คำแนะนำและคำปรึกษาสำหรับผู้ที่ต้องการการศึกษาและผู้สนใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตต่าง ๆ ด้วยการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป

ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย

1. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการรับบุคลากรที่มีทักษะในการขายเพื่อช่วยในการจัดจำหน่าย

2. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีพนักงานหน้าร้านที่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเพื่อตอบปัญหาของลูกค้าได้

3. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ในทันที

ด้านการส่งเสริมการขาย

1. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการแจกของที่ระลึกให้กับลูกค้าเนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น ปีใหม่

2. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาของสินค้าลงเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและลูกค้าพึงพอใจที่จะซื้อ

3. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านเพื่อความสะดวกของลูกค้า

ด้านการตลาดทางตรง

1. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการขายผ่านทางไปรษณีย์โดยบอกราคาสินค้าและรหัสสินค้าอย่างชัดเจน

2. กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีใช้การขายโดยบุคคลเพื่อต้องการรับรู้ข้อมูลของลูกค้าว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร

กลุ่มทอผ้าฝ้ายและแปรรูปควรมีการให้ข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง และเป็นปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง