

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาการผลิตและกลยุทธ์การตลาดผ้าฝ้ายทอมือมัดย้อมสอดด้นลายน้ำไหลไหลือ ในการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดคือ ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะใช้ปัจจัยการตลาดจากกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาดและใช้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการกำหนดสถานที่จัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตลาดด้านคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการผลิต ปริมาณการขายรายได้จากการขายและกำไรจากการขายในทิศทางเดียวกันตามนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผู้ผลิตที่มีอาชีพหลักแตกต่างกันจะมีปริมาณการผลิต ปริมาณการขายและรายได้จากการขายไม่แตกต่างกัน สำหรับกลยุทธ์การตลาดที่ใช้มากตามลำดับคือ กลยุทธ์คุณภาพการบริการ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะของผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาและการกำหนดสถานที่จัดจำหน่าย ปัญหาในการผลิตที่พบมากที่สุดคือ ต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาการตลาดที่พบมากที่สุดคือช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย