

ศิริกานต์ วงษ์ที 2550: กลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี  
 ปริญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ  
 ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:  
 รองศาสตราจารย์จิรพรรณ กุลคิดก, ศ.ม. 135 หน้า

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 เน้นฟื้นฟูเศรษฐกิจรากให้มีความเข้มแข็ง  
 แต่กลุ่มผ้าทอยังมีปัญหาในการบริหารงานต่าง ๆ การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัย  
 ภายนอกที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในกลุ่ม  
 ผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของ  
 จังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นจะใช้ทฤษฎีทั้งหมด 4 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีสภาวะการ  
 แข่งขันในอุตสาหกรรม ทฤษฎีการตลาดแบบองค์รวม ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด โดยใช้ทฤษฎี SWOT  
 Analysis เป็นหลักในการวิเคราะห์ สำหรับวิธีการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจาก  
 ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ข้อมูลทุติยภูมิได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รายงานวิชาการ และวิทยานิพนธ์  
 นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา และวิเคราะห์ร้อยละ

ผลการศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี แบ่ง  
 ออกเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ในการพัฒนาการจัดการความต้องการของผู้บริโภคควรเน้นเก็บข้อมูล  
 กลุ่มคนวัยทำงานที่อยู่ในกรุงเทพฯ ที่อยู่ในต่างประเทศ และที่อยู่ในต่างจังหวัด โดยเก็บข้อมูลในด้านความ  
 ต้องการ สี สัน ลวดลาย รูปแบบของสินค้า และสถานที่ซื้อ 2) กลยุทธ์ในการพัฒนาการจัดการทรัพยากรใน  
 ด้านการตลาด พบว่า ควรมีการจดลิขสิทธิ์ลวดลายโบราณให้เป็นของจังหวัดอุทัยธานี คิดเครื่องหมาย  
 รับรองมาตรฐานที่บรรจุภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้อยู่ในระดับบน สร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภค  
 เห็นแล้วนึกถึงความ เป็นสินค้าที่มีชั้นเดียวในโลก หรือเป็นสินค้าที่ผลิตเพื่อคน ๆ เดียว ควรใช้ช่องทางการ  
 จัดจำหน่ายแบบทางตรง เพื่อลดการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และเน้นการโฆษณาไม่ผ่านสื่อ เช่น การ  
 ออกร้านแสดงสินค้า สำหรับด้านการผลิตเน้นการผลิตที่มีคุณภาพไม่ควรเร่งการผลิตเพื่อเพิ่มปริมาณ หาก  
 ต้องการเพิ่มปริมาณควร สร้างกำลังแรงงานรุ่นใหม่ขึ้นมาเสริม และควรทำสัญญาระยะยาวกับผู้ขายวัตถุดิบ  
 เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และด้านการดำเนินงานกลุ่มผู้ผลิตควรมีการจัดระบบการบริหาร ให้มี  
 ความสอดคล้องกัน เพื่อการจัดการทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพไม่ก่อให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนลด  
 ปัญหาในการขัดแย้งกันภายในกลุ่ม และจัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจ และ 3) กลยุทธ์ในการ  
 พัฒนาเครือข่าย รัฐบาลควรเป็นกำลังสำคัญในการผลักดันการสร้างเครือข่ายให้เป็นรูปธรรม จัดให้มีการ  
 อบรมความรู้ในการออกแบบสินค้าให้มีความหลากหลาย จัดอบรมความรู้ในการบริหารด้านการตลาด การ  
 ผลิต การดำเนินงาน และรณรงค์ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเครือข่ายให้เข้าใจถึงประโยชน์จากการสร้าง  
 เครือข่าย

Sirikan Vongtee 2007: Strategies in Developing the Ancient Pattern Fabric Industry of Uthai Thani Province. Master of Economics (Business Economics), Major Field: Business Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Chiraphan Kuladilok, M.Econ. 135 pages.

The 9th National Economic and Social Development plan focuses on strength of economic base but Thai fabric weaving industry gets many problems. There are 3 objects : 1) studying of external factors which effect on Uthai Thani ancient patter fabric industry 2) studying of internal factors which effect on Uthai Thani ancient patter fabric industry 3) Strategies in Developing the Ancient Pattern Fabric Industry of Uthai Thani Province. They must apply 4 theories Five-Forces, A Holistic Marketing Framework, Marketing Mix and which concentrate in SWOT Analysis. Primary information is received from leader and member group's In-depth interview. Secondary information is received from related organization academic report and thesis. They are found descriptive analysis and average analysis.

There are 3 strategies which are applied in Uthai Thani ancient fabric weaving industry development. First Bangkok international and provincial working age by product demand, color, design, model and place researching. Second marketing resource development such as Uthai Thai ancient design copyright and quality warranty label Hi-End and highly individual and value added product branding. It should to be direct sale for forcing the price down protection by middleman and Below the line marketing such as Exhibition joining. It should be increased productivity but should train young generation and long term contract signing with raw material distributor for raw material shorten protection. In management producer should have good management system to protect duplicated working and PR document for visitors. Finally Government agency should drive the project and host design marketing and production training course. The agency should campaign for networking.