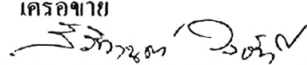


สิริกานต์ วงษ์ที 2550: กลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี
ปริญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
รองศาสตราจารย์จิรพรรณ กุลคิลิก, ศ.ม. 135 หน้า

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 เน้นฟื้นฟูเศรษฐกิจรากให้มีความเข้มแข็ง
แต่กลุ่มผ้าทอยังมีปัญหาในการบริหารงานต่าง ๆ การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัย
ภายนอกที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในกลุ่ม
ผ้าทอลายโบราณของจังหวัดอุทัยธานี 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าทอลายโบราณของ
จังหวัดอุทัยธานี เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นจะใช้ทฤษฎีทั้งหมด 4 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีสถานะการ
แข่งขันในอุตสาหกรรม ทฤษฎีการตลาดแบบองค์รวม ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด โดยใช้ทฤษฎี SWOT
Analysisเป็นหลักในการวิเคราะห์ 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 ควรมีการจัดลิขสิทธิ์ลวดลายโบราณให้เป็นของจังหวัดอุทัยธานี คิดเครื่องหมาย
รับรองมาตรฐานที่บรรจุภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้อยู่ในระดับบน สร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภค
เห็นแล้วนึกถึงความเป็นสินค้าที่มีขึ้นเดียวในโลก หรือเป็นสินค้าที่ผลิตเพื่อคน ๆ เดียว ควรใช้ช่องทางการ
จัดจำหน่ายแบบทางตรง เพื่อลดการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และเน้นการโฆษณาไม่ผ่านสื่อ เช่น การ
ออกร้านแสดงสินค้า สำหรับด้านการผลิตเน้นการผลิตที่มีคุณภาพไม่ควรเร่งการผลิตเพื่อเพิ่มปริมาณ หาก
ต้องการเพิ่มปริมาณควร สร้างกำลังแรงงานรุ่นใหม่ขึ้นมาเสริม และควรทำสัญญาระยะยาวกับผู้ขายวัตถุดิบ
เพื่อป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ และด้านการดำเนินงานกลุ่มผู้ผลิตควรมีการจัดระบบการบริหารให้มี
ความสอดคล้องประสานกัน เพื่อการจัดการทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพไม่ก่อให้เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อนลด
ปัญหาในการขัดแย้งกันภายในกลุ่ม และจัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจ และ 3) กลยุทธ์ในการ
พัฒนาเครือข่าย รัฐบาลควรเป็นกำลังสำคัญในการผลักดันการสร้างเครือข่ายให้เป็นรูปธรรม จัดให้มีการ
อบรมความรู้ในการออกแบบสินค้าให้มีความหลากหลาย จัดอบรมความรู้ในการบริหารด้านการตลาด การ
ผลิต การดำเนินงาน และแรงจูงใจให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเครือข่ายให้เข้าใจถึงประโยชน์จากการสร้าง

เครือข่าย



ลายมือชื่อนิติ



ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

25/11/2550