

หัวข้อวิจัย	การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโคราชเพื่อเสริมสร้างศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มทอผ้าไหมบ้านแฝก-โนนสำราญ อำเภอสีดา จังหวัดนครราชสีมา
นักวิจัย	รองศาสตราจารย์ เนตรชนก คงทน, อาจารย์ พีรวิชัย คำเจริญ และ อาจารย์ จิรพัฒน์ โทพล
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ปีที่เสร็จเรียบร้อย	2558

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย “การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโคราชเพื่อเสริมสร้างศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มทอผ้าไหมบ้านแฝก-โนนสำราญ อำเภอสีดา จังหวัดนครราชสีมา” เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ((Qualitative Research)และการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ที่วิเคราะห์ ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method) โดยนักวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จากการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์ และการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) คือ การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐและเอกชนที่ได้เก็บ รวบรวมได้รวมทั้งจากเว็บไซต์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทกลุ่มทอผ้าไหมบ้านแฝกโนนสำราญ อำเภอสีดา จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาความต้องการในการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่ม ๆ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมฯและเพื่อสร้างสื่อต้นแบบการ สื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ฯ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านแฝก-โนนสำราญมีภูมิปัญญาที่มีอัต ลักษณ์ของลายผ้าที่สืบทอดกันเฉพาะในชุมชนนี้เท่านั้น คือ ลายขอทบเชือก ที่ออกแบบโดยปราชญ์ชาวบ้าน ภายในชุมชน กลุ่มมีความต้องการการสื่อสารการตลาด คือ ต้องการตราสินค้า กล่องบรรจุภัณฑ์ ป้าย ฉลากผลิตภัณฑ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ วิดีโอนำเสนอ เพจบนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งคณะวิจัยได้สร้างและ พัฒนาสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ และได้ดำเนินการจดลิขสิทธิ์ตราสินค้า และจดสิทธิบัตร กล่องบรรจุภัณฑ์ โดยมีตราสินค้าปรากฏอยู่ เพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผู้บริโภค อัน แสดงถึงอัตลักษณ์กลุ่มเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการสื่อสารการตลาดที่โดดเด่น

Research Title	Korat Silk Product Marketing Communication to Strengthen the Community Economy : a Case Study of Ban Fak - None Samran Silk Group , Sida District, Nakhornratchsima Province.
Researcher	Associate Professor. Netchanok Khogthon, Mr.Pheerawit Kumcharoen and Mr.Jeeraphat Thophol
Institute	Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University
Year	2015

Abstract

The research entitled "Korat Silk Product Marketing Communication to Strengthen the Community Economy : a Case Study of Ban Fak - None Samran Silk Group , Sida District, Nakhornratchsima Province" was a qualitative research and an applied research using descriptive method. The primary data was gathered by using the focus group, the interview and the observation. The secondary data was collected by searching and studying the concerning documents, journals, the researches of the government and private organizations as well as the websites. The objectives were to study 1) the context of Ban Fak- None Samran Silk Group, Sida district, Nakhon Ratchasima province 2) the marketing communication needs 3) the guidelines for improving the marketing communication of the products and 4) to create the model of the marketing communication media. The results revealed that Ban Fak -None Samran Silk Group had the wisdom reflecting the identity in the design pattern called "Kho-Tob-Chuag (Knit of the robe) designed by the savant in the community. The group needed the marketing communication as the following ; the trademark, the package, the label, the sign display, the video presentation, and the page on social media. The model of marketing communication media were created as the group needed and the guidelines. The trademark as well as the package were licensed to create the perception among the consumers reflecting the dominant group identity in marketing communication.