

ชื่อบทความ (ภาษาไทย):	การพัฒนากิจกรรมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์หนึ่งข้าวอัจฉริยะ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม
ชื่อบทความ (ภาษาอังกฤษ):	Development of Marketing Activities for Genius Rice Steamer of Innovative Woven Community Enterprise
ชื่อผู้เขียน (ภาษาไทย):	มาลินี ศรีไพบูลย์ และนิภา ชุณหวิญญกุล DOI: 10.14456/j-com-dev-and-life-qua.2017.27
ชื่อผู้เขียน (ภาษาอังกฤษ):	Malinee Srimaitree and Nipha Chunhapinyokul
หน้าบทความ	215-239
คำสำคัญ	หนึ่งข้าว การพัฒนา กิจกรรมทางการตลาด
คำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)	Rice steamer, development, marketing activities

บทคัดย่อ

- วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อพัฒนากิจกรรมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดวิสาหกิจชุมชน และผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์หนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ทำการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิและการศึกษาภาคสนามด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกต ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนากิจกรรมทางการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค การเพิ่มคุณค่าของตราสินค้าโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มบรรจุภัณฑ์ และการจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ด้านราคา ประกอบด้วย ติตป้ายราคา ตั้งราคาขายปลีกต่อหนึ่งหน่วย และราคาขายส่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การตลาดบนอินเทอร์เน็ต งานแสดงสินค้า ร้านค้าชุมชน การสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ และด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การจัดองค์ประกอบในการแสดงสินค้า และการเผยแพร่ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊กที่เป็นทางการของผลิตภัณฑ์
- The purpose of the research is to develop a market activities for genius rice steamer of the innovative woven community enterprise. This research is qualitative research. The key informants include the innovative community enterprise members, supporting government agencies representative, community marketing expert, and buyers of genius rice steamer of the innovative woven community enterprise products. The research was conducted using qualitative research. From the secondary data analysis to field studies by triangulation method for data reliability: with the depth interview, focus groups, and observation. The results showed that the development of marketing activities of the genius rice steamer of the innovative woven community enterprise in product, price, place, and promotion. The product contains a different product by developing a new product to offer a variety of choices for consumers, added value of the brand, which can be done by providing information about the product, and adding packaging together with the sale of other products. The price includes the price tag the retail price per unit and wholesale prices. The places include internet marketing, fairs, community store, and order from abroad. And the promotion consists of the elements in the fairs and official Facebook page of the product.



อ่านบทความนี้



ดาวน์โหลด PDF