

**THE MODEL OF FIBERGLASS LONGTAIL-BOAT (HUA TONG BOAT)
MARKETING IN THUNG RAK VILLAGE
, KURABURI DISTRICT, PHANG NGA PROVINCE**

Sirikarn Thanasriboonyapak¹, Suchonnee Metiyothin¹, Thanee Maneekul²

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chonburi 20131, Thailand

²The Chaipattana Foundation2

ABSTRACT

The research purposes were to study the innovation of longtail-boats made from fiberglass and marketing model in Thung Rag village, Kuraburi district, Phang Nga province, Thailand. The participants composed of the local people and business ones who have a tourism agent total 270 persons. They were voluntary by attending the meeting hold by the researcher at the center of the community. The questionnaires were given to the participants for feedback. The data were analyzed by using frequency, mean, standard deviation and one-way ANOVA as well as F-test for testing the hypothesis. In addition, if there were some statistically significant differences found, they had been tested the difference of each pair at significant level 0.05 and reliability at 95 %. Multiple linear regression was used for a predictive analysis.

The research results were found that the innovation of fiberglass longtail-boat was more useful and satisfied by the participants as the followings: For the users 1. More economized maintenance than wooden longtail-boats ($\beta = 0.244$) 2. Easily added and modified ($\beta = 0.141$) 3. Being a heat insulator ($\beta = 0.088$) For the marketing model The boats were distributed in 3 ways respectively. 1. Posting it on a website ($\beta = 0.206$) 2. Giving a promotion to ones who pay it in cash and allowing to pay by installments ($\beta = 0.064$) 3. Selling via Facebook ($\beta = 0.154$)

Keywords: fiberglass, longtail-boat, marketing, innovation

*Author e-mail address: lukad2547@hotmail.com

เรื่องรูปแบบนวัตกรรมการตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา

สิริกรัย ชนตรีบุญภักดี¹, สุชนนี เมธิโยธิน¹, ชเนต มณีกุล²

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

²สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษานวัตกรรมการตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส และศึกษารูปแบบการตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา ระเบียบวิธีวิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กับ ผู้ประกอบการต่อเรือหัวโทงและบริษัทนำเที่ยวทางน้ำจำนวน 270 คนกับ ผู้ประกอบการที่ใช้เรือหัวโทงและบริษัทนำเที่ยวทางน้ำโดยใช้การวิเคราะห์แปลค่าด้วย ค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียวโดยใช้ค่าสถิติ One-way ANOVA, F-test และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95 % และสมการพหุคูณโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ที่ส่งผลต่อการใช้งานของผู้ใช้งาน ได้แก่ 1) เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือ ไม้ ($B = 0.244$) 2) เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมและดัดแปลงง่าย($B = 0.141$) 3) เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเป็นฉนวนกันความร้อนได้ ($B = 0.088$) นอกจากนี้ยังพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ที่เหมาะสม ได้แก่ 1) ผ่านทางเว็บไซต์ ($B = 0.206$) 2) จัดการส่งเสริมการตลาดเมื่อซื้อด้วยเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้ ($B = 0.064$) 3. ขายผ่านทางเฟสบุ๊ก Facebook ($B = -0.154$)

คำสำคัญ: เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส, การตลาด, นวัตกรรม

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากเหตุการณ์คลื่นยักษ์พัดเข้าสร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินและชีวิตของประชาชนในพื้นที่ 6 จังหวัด ชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2547 สร้างความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนเป็นจำนวนมาก มีผู้เสียชีวิตในประเทศไทยจำนวน 5,395 คน จำนวนผู้เสียชีวิตคนไทยในประเทศไทย

2,059 คน จำนวนผู้เสียชีวิตชาวต่างชาติในประเทศไทย 2,436 คน จำนวนผู้เสียชีวิตที่ระบุสัญชาติไม่ได้ 900 คน จำนวนผู้สูญหายในประเทศไทย แยกเป็นคนไทย 1,921 คน และต่างชาติ 896 คน(ที่มา สีนามิ : การตายและบาดเจ็บจากพื้นที่ โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิมลพรรณ อิศรภักดี ประจำสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้คำนวณในเบื้องต้นว่า เศรษฐกิจไทยจะได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติครั้งนี้เป็นวงเงินประมาณ 30,000-35,000 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นความเสียหายด้านการประมง 17,440 ล้านบาท

ในการประกอบอาชีพประมงเรือประมงนับเป็นเครื่องมือสำคัญในการที่ชาวประมงจะออกไปจับสัตว์น้ำเพื่อนำมาขายให้ตามตลาดต่าง ๆ จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้เรือประมงเสียหายเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลศูนย์สารสนเทศ กรมประมง พบว่ามีตัวเลขความเสียหายของเรือทั้งหมด 8,647 ลำซึ่งทางภาครัฐได้ให้ความช่วยเหลือในเบื้องต้นโดยได้จ่ายเงินชดเชยไปทั้งหมด 280 ล้านบาท(การสร้างและซ่อมบำรุงเรือไฟเบอร์กลาส “ชัยพัฒนา-กาชาดไทย” กลุ่มงานพัฒนาเรือประมง สถาบันวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีประมงทะเล สำนักวิจัยและพัฒนาประมงทะเล กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2552) รวมทั้ง หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้าไปช่วยเหลือโดยการจัดการให้เรือประมงพร้อมเครื่องยนต์ให้แก่ชาวประมงแต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของชาวประมง

จากปัญหาดังกล่าว มูลนิธิชัยพัฒนา จึงได้ร่วมกับกรมประมงจัดสร้าง เรือประมงหัวโทงไฟเบอร์กลาสเพื่อทดแทนเรือประมงที่เสียหาย รวมทั้ง เน้นให้มีการจัดตั้งกลุ่มเรือประมงและกลุ่มอาชีพ เพื่อให้ชาวบ้านมีรายได้พอเพียงกับการเลี้ยงชีพ (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2557)

พระเพ็ญ วงศ์ศุกชัยนิมิต(2553) เรือหัวโทงเป็นเรือประมงพื้นบ้านที่นิยมใช้กันในกลุ่มทะเลอันดามัน เป็นเรือขนาดเล็ก ทำจากไม้เนื้อแข็ง จำพวกไม้ตะเคียนหรือไม้พะยอม ที่โดดเด่นด้วย "หัวโทง" หรือหัวเรือที่สูงงอนขึ้น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวเลที่ช่วยในการทรงตัวของเรือ พร้อมทั้งจะฝาดลื่นลมแรงไปยังจุดหมายปลายทาง

ในการดำเนินการจัดสร้างเรือไฟเบอร์กลาส ในชุดแรกได้ให้กรมอุทกหารเรือและวิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือพระนครศรีอยุธยาสร้างเรือต้นแบบและนำไปให้กลุ่มชาวประมงนำไปทดลองใช้ประโยชน์จำนวน 60 ลำ โดยผลที่ได้ตรงตามความต้องการของ

ชาวประมง คือ สามารถนำไปทำการประมงได้ ใช้เป็นยานพาหนะและขนส่งได้ มีความคงทน บำรุงรักษาง่าย ในชุดต่อมาสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงให้สร้างเรือเพิ่มเติมอีกจำนวน 500 ลำ โดยให้กรมประมงสร้างเรือหัวโทงขนาด 10 เมตร จำนวน 100 ลำ วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อพระนครศรีอยุธยาสร้างเรือขนาด 10 เมตร จำนวน 100 ลำ และให้กรมประมงจัดหาบริษัทต่อเรือไฟเบอร์กลาส มาดำเนินการสร้างเรือขนาด 11 เมตร อีกจำนวน 300 ลำ หลังจากการจัดสร้างเรือแล้วเสร็จ มูลนิธิชัยพัฒนาและสภากาชาดไทย ได้มอบเรือดังกล่าวให้กับชาวประมงนำไปใช้งาน ซึ่งในการใช้งานบางครั้งประสบปัญหาตัวเรือชำรุด และชาวประมงเหล่านั้นไม่คุ้นเคยกับการซ่อมบำรุงเรือที่ทำจากวัสดุไฟเบอร์กลาส ทำให้มีอุปสรรคในการประกอบอาชีพ มูลนิธิชัยพัฒนาจึงมอบหมายให้กรมประมงจัดการฝึกอบรมหลักสูตร “การซ่อมบำรุงเรือไฟเบอร์กลาส” เพื่อให้ชาวประมงมีความรู้ ความเข้าใจในการซ่อมบำรุงเรือไฟเบอร์กลาส ตลอดจนรู้ถึงหลักการและทฤษฎีเบื้องต้นต่าง ๆ ที่จำเป็นในงานไฟเบอร์กลาส และชาวประมงสามารถซ่อมบำรุงเรือไฟเบอร์กลาสได้ด้วยตนเอง อีกทั้งสามารถนำวิธีการที่ได้รับไปดัดแปลงเพื่อการผลิตวัสดุไฟเบอร์กลาสต่าง ๆ ได้อีกด้วยจึงให้ดำเนินการ “โครงการจัดตั้งกลุ่มการสร้างเรือประมงไฟเบอร์กลาส ” โดยคัดเลือกชาวประมงในพื้นที่ประสบภัย 6 จังหวัด ที่มีความตั้งใจจริงและสนใจงานไฟเบอร์กลาส และพร้อมที่จะรวมกลุ่มในพื้นที่เดียวกันเพื่อสร้างเรือไฟเบอร์กลาสหรือผลิตภัณฑ์ไฟเบอร์กลาสเป็นอาชีพเสริมหรืออาชีพหลัก อีกทั้งสามารถหาพื้นที่ปฏิบัติงานสร้างเรือไฟเบอร์กลาสได้ เข้ารับการฝึกอบรมการสร้างเรือไฟเบอร์กลาสต่อเนื่อง เป็นเวลา 12 วัน (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2548)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานวัตกรรมเรือหัวโทง หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา
2. เพื่อศึกษารูปแบบการตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กับ ผู้ประกอบการที่ใช้เรือหัวโทงและบริษัทนำเที่ยวทางน้ำจำนวน 270 คน กับ ผู้ประกอบการที่ใช้เรือหัวโทงและบริษัทนำเที่ยวทางน้ำ

ปัจจัย

1. เพศ
 2. อายุ
 3. อาชีพ
 4. ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ
 5. ระดับการศึกษา
 6. สถานภาพ
- ที่มา: (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2549)

นวัตกรรมสินค้า

1. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีความแข็งแรง
 2. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีการออกแบบสวย
 3. เรือหัวโทงกลาสมีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ
 4. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีน้ำหนักเบา
 5. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสสามารถออกแบบได้ทุกรูปทรง
 6. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ประหยัดค่าเชื้อเพลิง
 7. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสทดแทนวัสดุธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์
 8. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส มีอายุการใช้งานทนทานกว่าไม้
 9. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีความทนทานต่อน้ำเค็มและการผุกร่อน
 10. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส รับแรงกระแทกคลื่นแรงๆ ได้
 11. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเรือไม้
 12. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมง่าย, ตัดแปลงง่าย
 13. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสต้องสามารถทนสารเคมีและทนการผุกร่อนได้
 14. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเป็นฉนวนกันความร้อนได้
 15. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสป้องกันเปรียงทะเลได้
 16. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือไม้
 17. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสสามารถทำให้โปร่งแสงเทียบแสงได้
 18. เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสควรมีขนาดหลากหลาย
- (ที่มา: จากการศึกษาข้อมูลเรือประมงพื้นบ้านขนาดเล็ก กลุ่มงานพัฒนาเรือประมง 2556 กรมประมง)

ช่องทางการจำหน่าย

1. เว็บไซต์
 2. รวมตัวกันเพื่อผลิตและขาย
 3. ส่งเพื่อจำหน่ายกับบริษัทเรือท่องเที่ยว
 4. ผลิตเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเพื่อจำหน่ายไปต่างประเทศ
 5. เปิดเป็นคู่ต่อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเพื่อเป็นโชว์รูมโชว์เรือ
 6. จัดเป็น โปร โมชั่นเมื่อซื้อเรือเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้
 7. ขายผ่านทางฟีดบุ๊ก Facebook
 8. ขายผ่านทางบล็อกเกอร์ Blogger
 9. ขายผ่านทางอินสตาแกรม Instagram
- (ที่มา: ประทับ ขวามาลา, นเรศ โพธิ์รัตน์, อัมพร ลิมสมบุญ, กอเดช เทียมพระพาย, สุราชัย สานกระแสร, ประจักษ์ สุดชื่น 2560)

แนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัวโทง

1. ท่านมีความต้องการใช้เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมากขึ้นระดับใด
 2. ท่านคิดว่าเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสดีกว่าเรือไม้มากน้อยระดับใด
 3. ท่านมีแนวโน้มที่จะซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมากขึ้นระดับใด
- (ที่มา: โครงการติดตามการสนับสนุนเรือไฟเบอร์กลาส “ชัยพัฒนา-กาชาดไทย” ในพื้นที่ภาคใต้ 6 จังหวัด (ฝั่งอันดามัน) มูลนิธิชัยพัฒนา สิงหาคม 2558)

ภาพที่ 1 กรอบการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กับ ผู้ประกอบการที่ใช้เรือหัวโทงและบริษัทนำเที่ยวทางน้ำ 270 คน โดยใช้การวิเคราะห์แปลค่าด้วย ค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียวโดยใช้ค่าสถิติ One-way ANOVA, F-test และในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระดับความเชื่อมั่น 95 % และสมการพหุคูณโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) ข้อมูลเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส 1.1) แนวคิดหลักการทรงงาน 1.2) เรือหัวโทงไม้ 1.3) การสร้างเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ของ “มูลนิธิชัยพัฒนา-กาชาดไทย ,ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างเรือไม้กับเรือไฟเบอร์กลาส 1.4) การคำนวณต้นทุนเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส 1.5) การซ่อมบำรุงเรือไฟเบอร์กลาส “ชัยพัฒนา-กาชาดไทย 2) แนวคิดทฤษฎีรูปแบบนวัตกรรมสินค้า 3) แนวคิดทฤษฎีช่องทางการจัดจำหน่าย 4) แนวคิดการตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส 4.1) แนวคิดทฤษฎีรูปแบบการตลาด 4.2) แนวคิดทฤษฎีการตลาดเฉพาะกลุ่ม 4.3) แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง 5). งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านประชากร

เพื่อหาแนวคิดการตลาดเรือหัวโทง

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กับ ผู้ประกอบการต่อเรือหัวโทงและบริษัทนำเที่ยวทางน้ำรวม 270 คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รูปแบบนวัตกรรมการตลาดเรือหัวโทงหมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา
2. เพื่อเป็นการสร้างอาชีพ รายได้ ของวิดิชุมชน บ้านทุ่งรัก จังหวัดพังงา

ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพระยะเวลาในการประกอบอาชีพ ระดับการศึกษา และสถานภาพพบว่า ตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 270 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 87.40 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 12.60 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 37.8 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 31.90 ประกอบอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 43.3 รองลงมา ประกอบอาชีพชาวบ้าน/ ประชาชน ร้อยละ 35.9 ประกอบอาชีพผู้ประกอบการ ร้อยละ 13.0 ระยะเวลาในการประกอบอาชีพมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 37.0 รองลงมา ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 9-12 ปี ร้อยละ 24.4 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 43 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 24.8 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 75.9 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 18.1 และมีสถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง ร้อยละ 5.9

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส

นวัตกรรมการตลาดเรือหัวโทง จากวัตถุดิบไฟเบอร์กลาส หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสอยู่ในระดับมากที่สุด นวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส อยู่ในระดับมากที่สุด และการตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส อยู่ในระดับมาก

นวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส อันดับ 1 เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส มีอายุการใช้งานทนทานกว่าไม้ เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสทดแทนวัสดุ

ธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือไม้ อยู่ใน
ระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสควรมีขนาด
หลากหลาย อยู่ในระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์กลา
สมีความแข็งแรง อยู่ในระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์
กลาสมีความทนทานต่อน้ำเค็มและการผุกร่อน อยู่ในระดับ
มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสป้องกันเพรียงทะเลได้
อยู่ในระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงกลาสมีความคงทนต่อ
สภาพภูมิอากาศ อยู่ในระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์
กลาสต้องสามารถทนสารเคมีและทนการผุกร่อนได้ อยู่ใน
ระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสสามารถออกแบบ
ได้ทุกรูปทรง อยู่ในระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์
กลาส ต่อเติมง่าย,ดัดแปลงง่าย อยู่ในระดับ มากที่สุด เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาส รับแรงกระแทกคลื่นแรงๆ ได้ อยู่ใน
ระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีการออกแบบ
สวย อยู่ในระดับ มากที่สุด เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมี
น้ำหนักเบา อยู่ในระดับ มาก เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส
สามารถทำให้โปร่งแสงทึบแสงได้ อยู่ในระดับ มาก เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาส ประหยัดค่าเชื้อเพลิง อยู่ในระดับ มาก
และอันดับสุดท้ายคือ เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส มีต้นทุน
การผลิตต่ำกว่าเรือไม้ อยู่ในระดับ มาก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดเรือหัว โทงไฟเบอร์กลาส

การตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส พบว่า
อันดับแรกคือ รวมตัวกันเพื่อผลิตและขาย อยู่ในระดับมาก
ที่สุดรองลงมาคือ เว็บไซต์ อยู่ในระดับมากที่สุด ขายผ่าน
ทางเฟสบุ๊ก Facebook อยู่ในระดับมาก ส่งเพื่อจำหน่ายกับ
บริษัทเรือท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก จัดเป็นโปรโมชันเมื่อ
ซื้อเรือเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้ อยู่ในระดับมาก
เปิดเป็นตู้ต่อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเพื่อเป็นโชว์รูมโชว์
เรือ อยู่ในระดับมาก ขายผ่านทางอินสตาแกรม Instagram
อยู่ในระดับมาก ผลิตเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเพื่อจำหน่าย
ไปต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ ขาย
ผ่านทางบล็อกเกอร์ Blogger อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์
ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์
กลาส

แนวโน้มการตัดสินใจ (ความต้องการ) ซื้อเรือ
หัวโทงไฟเบอร์กลาส โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับ
แรกคือ เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสดีกว่าเรือไม้ มีค่าเฉลี่ยมาก
ที่สุดรองลงมา คือ ระดับความต้องการใช้เรือหัวโทงไฟ
เบอร์กลาสและแนวโน้มที่จะซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วน
บุคคลกับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัว โทง ไฟเบอร์
กลาส พบว่า เพศ อายุ สถานภาพแตกต่างกันมีแนวโน้มการ
ตัดสินใจซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสไม่แตกต่างกันแต่
อาชีพ ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ และระดับการศึกษา
แตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์
กลาสแตกต่างกัน

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า เรือหัวโทงไฟ
เบอร์กลาสมีความแข็งแรง เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีการ
ออกแบบสวย เรือหัวโทงกลาสมีความคงทนต่อสภาพ
ภูมิอากาศ เรือหัวโงไฟเบอร์กลาสมีน้ำหนักเบา เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาสสามารถออกแบบได้ทุกรูปทรง เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาส ประหยัดค่าเชื้อเพลิง เรือหัวโทงไฟเบอร์
กลาสทดแทนวัสดุธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์ เรือหัวโทงไฟ
เบอร์กลาส มีอายุการใช้งานทนทานกว่าไม้ เรือหัวโทงไฟ
เบอร์กลาสมีความทนทานต่อน้ำเค็มและการผุกร่อน เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาส รับแรงกระแทกคลื่นแรง ๆ ได้ เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาส มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเรือไม้ เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมง่าย,ดัดแปลงง่าย เรือหัวโทงไฟ
เบอร์กลาสต้องสามารถทนสารเคมีและทนการผุกร่อนได้ เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาสเป็นฉนวนกันความร้อนได้ เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาสป้องกันเพรียงทะเลได้เรือหัวโทงไฟ
เบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือไม้ เรือหัวโทง
ไฟเบอร์กลาสสามารถทำให้โปร่งแสงทึบแสงได้ เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาสควรมีขนาดหลากหลาย ไม่เกิดปัญหา
Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามา
กว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัว
แปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เมื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปร
นวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส เรือหัว
โทงไฟเบอร์กลาสมีความแข็งแรง เรือหัวโทงไฟเบอร์กลา

สมการออกแบบสวย เรือหัวโพงกลาสมีความคงทนต่อสภาพภูมิอากาศ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสมีน้ำหนักเบา เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสสามารถออกแบบได้ทุกรูปทรง เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส ประหยัดค่าเชื้อเพลิง เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสทดแทนวัสดุธรรมชาติได้อย่างสมบูรณ์ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส มีอายุการใช้งานทนทานกว่าไม้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสมีความทนทานต่อน้ำเค็มและการผุกร่อน เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส รับแรงกระแทกคลื่นแรง ๆ ได้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเรือไม้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมง่าย, คัดแปลงง่าย เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสต้องสามารถทนสารเคมีและทนการผุกร่อนได้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสเป็นฉนวนกันความร้อนได้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสป้องกันเพรียงทะเลได้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือไม้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสสามารถทำให้โปร่งแสงทึบแสงได้ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสควรมีขนาดหลากหลาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส 3 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส โดยสามารถเรียงลำดับนวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส อันดับแรก เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือไม้ อันดับที่ 2 คือ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมง่าย, คัดแปลงง่าย อันดับที่ 3 คือ เรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสเป็นฉนวนกันความร้อนได้

ในส่วนของเว็บไซต์ รวมตัวกันเพื่อผลิตและขาย ส่งเพื่อจำหน่ายกับบริษัทเรือท่องเที่ยว ผลิตเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสเพื่อจำหน่ายไปต่างประเทศ เปิดเป็นอู่ต่อเรือ

หัวโพงไฟเบอร์กลาสเพื่อเป็นโชว์รูมโชว์เรือ จัดเป็นโปรโมชันเมื่อซื้อเรือเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้ ขายผ่านทางเฟสบุ๊ก Facebook ขายผ่านทางบล็อกเกอร์ Blogger ขายผ่านทางอินสตาร์แกรม Instagram ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

เมื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรการตลาดเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส เว็บไซต์ รวมตัวกันเพื่อผลิตและขาย ส่งเพื่อจำหน่ายกับบริษัทเรือท่องเที่ยว ผลิตเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสเพื่อจำหน่ายไปต่างประเทศ เปิดเป็นอู่ต่อเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสเพื่อเป็นโชว์รูมโชว์เรือ จัดเป็นโปรโมชันเมื่อซื้อเรือเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้ ขายผ่านทางเฟสบุ๊ก Facebook ขายผ่านทางบล็อกเกอร์ Blogger ขายผ่านทางอินสตาร์แกรม Instagram ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การตลาดเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส 3 ช่องทางที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส โดยสามารถเรียงลำดับการตลาดเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาส อันดับแรก เว็บไซต์ 0.206 อันดับที่ 2 คือ จัดเป็นโปรโมชันเมื่อซื้อเรือเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้ 0.064 อันดับที่ 3 คือ ขายผ่านทางเฟสบุ๊ก Facebook แต่เนื่องจากค่า Standardized มีค่าติดลบ ดังนั้นหมายความว่า หากมีการโต้แย้ง หรือความไม่เข้าใจ ในตัวเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสบนเฟสบุ๊ก Facebook อาจจะทำให้ไม่มีผู้สนใจซื้อเรือหัวโพงไฟเบอร์กลาสอีก และจะส่งผลกระทบต่อในวงกว้างจากความเร็วของสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน

Model รูปแบบนวัตกรรมการตลาดเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส



อภิปรายผลการวิจัย

ด้านเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมง่าย ดัดแปลงง่ายนั้น เป็นความจำเป็นของสินค้า ในลักษณะที่วัสดุอื่นนั้น มีราคาที่สูง รวมถึงการขึ้นรูปเป็นไปได้ยาก เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป ทำให้สามารถประยุกต์เข้ากับการใช้งานในหลากหลายรูปแบบ จึงตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่นำไปใช้งานได้อย่างลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติศักดิ์ รุจิระชนลักษณะ (2559) ได้ศึกษา ผลกระทบของการ

สร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบสำหรับยานยนต์และเครื่องยนต์ในประเทศไทย พบว่าการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดด้านกิจกรรมทางการตลาดมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง การสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรมทางการตลาดในด้านรูปลักษณะ ของผลิตภัณฑ์

และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร และเกิดความสวยงามในการตกแต่งธุรกิจที่เก๋ไก๋นวัตกรรมใหม่ ๆ ให้ทันการณ์ หรือความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีความสามารถในการตอบโจทย์การใช้งานได้ในหลายรูปแบบด้านการพัฒนาช่องทางทางการขายเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสผ่านทางเว็บไซต์ นั้น พบว่าในปัจจุบัน การเข้าถึงข้อมูลจากผู้ซื้อส่วนใหญ่ จะใช้การค้นหาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งในโลกของอินเทอร์เน็ตนั้น มีช่องทางการทำการตลาดที่หลากหลาย ในส่วนของช่องทางเว็บไซต์นั้น โดยปกติจะได้รับความนิยมเชื่อถือมากกว่าช่องทางอื่นบนอินเทอร์เน็ต รวมถึงการพัฒนาเว็บไซต์นั้น ไม่ได้มีข้อจำกัดตายตัว สามารถเพิ่มเติมฟังก์ชันต่างๆที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรชัย อินทสังข (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง ตลาดเฉพาะกลุ่ม หนทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของการทำธุรกิจ คือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target market) โดยการพยายามหาสินค้า/บริการตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าให้ได้ สินค้า/บริการมีการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อที่ดี และเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ในสภาวะปัจจุบัน ส่งผลต่อการซื้อสินค้าของลูกค้าได้ ด้านการจัดเป็นโปรโมชั่นเมื่อซื้อเรือเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้งานเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสนั้นเป็นกลุ่มของผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ผู้ซื้ออาจจะมีจำนวนเงินก้อนไม่เพียงพอต่อการซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์ในลักษณะจ่ายหมดในครั้งเดียว จึงจำเป็นต้องมีระบบผ่อนชำระเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวมถึงเป็นการรักษากลุ่มผู้ใช้สินค้าระดับล่างไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา สัตโยภาส (2558) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบการ ความสามารถทางการตลาดนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มสำเนาของประเทศไทย พบว่ารูปแบบกลยุทธ์ของธุรกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม กลุ่มสำเนาของประเทศไทย สรุปได้ว่าความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดจากภาวะการประกอบการ และการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสม โดยการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมนั้น จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังในการซื้อขายสินค้า ผู้ขายสินค้า จะต้องดำเนินกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการและขีดจำกัดในการซื้อสินค้า เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่

การตลาดเรือหัวโทงเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส

นวัตกรรมเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือไม้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Serden GÖLPINAR (2005) ศึกษาวิจัยเรื่อง Comparative analysis of materials in recreational boat design: fiber reinforced plastic boat in serial production ศึกษาพบว่าจุดมุ่งหมายของวิทยานิพนธ์นี้คือ 1. เพื่อให้เห็นเรือที่เหมาะสมสำหรับการผลิตจากวัสดุก่อสร้างแบบอนุกรม 2. การออกแบบที่สร้างสรรค์เพื่อโอกาสทางการขายของการแข่งขันในตลาดเรือ 3. ซึ่งเป็นผู้ผลิตและผู้ออกแบบได้สร้างความแตกต่างให้กับตัวเอง โดยการออกแบบที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่นำดึงดูดใจและผลิตภัณฑ์และเทคนิคการผลิตใหม่ 4. ประการสุดท้ายกับการวิจัยนี้ใครบางคนที่เป็นผู้ออกแบบหรือผู้ผลิต สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งครอบคลุมถึงความต้องการของผู้บริโภค โดยพิจารณาถึงการออกแบบกระบวนการการใช้วัสดุที่มีลักษณะพิเศษและเทคนิคการผลิต โดยเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสมีค่าบำรุงรักษาประหยัดกว่าเรือไม้ ซึ่ง 5 ปีแรกไม่มีค่าบำรุงรักษา ประหยัดค่าเชื้อเพลิง ทนทานใช้งานได้นานกว่าไม้ การซ่อมบำรุงใช้ระยะเวลาสั้น เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมง่าย, ดัดแปลงง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา สัตโยภาส (2558) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบการ ความสามารถทางการตลาดนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มสำเนาของประเทศไทย พบว่ารูปแบบกลยุทธ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มสำเนาของประเทศไทย สรุปได้ว่า

ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดจากภาวะการประกอบการ และการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสมโดยการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมนั้น จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่กำลังในการซื้อขายสินค้า ผู้ขายสินค้า จะต้องดำเนินกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการและขีดจำกัดในการซื้อสินค้าเพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ นวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส 3 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มการตัดสินใจซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส โดยสามารถเรียงลำดับนวัตกรรมและคุณสมบัติเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส โดยเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ต่อเติมง่าย,ตัดแปลงง่ายนั้น สามารถตกแต่งตัดแปลงต่อเติมได้ง่ายและขึ้นรูปได้อย่างอิสระในการตกแต่งเสริมแต่งตัวเรือ ได้มาก พัฒนารูปแบบของตัวเรือได้ง่ายและสามารถควบคุมเรื่องมาตรฐานของรูปแบบได้ เนื่องจากการผลิตจะผลิตจากโมชันเดียวกันสามารถออกแบบให้โค้งมนได้ตามที่เราต้องการและมีความสวยงามกว่าเรือไม้ เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเป็นฉนวนกันความร้อนได้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Christoffer ranquist, Oscar Grönesjö (2014) ศึกษาวิจัยเรื่อง The balancing act of customer involvement for product innovation: A case study of electrolux and volvo Cars ผลการศึกษาพบว่า จุดมุ่งหมายของวิทยานิพนธ์นี้คือ อธิบายถึงวิธีการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าของบริษัทด้านการผลิตในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และนอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงวิธีที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการที่สามารถจัดการได้ โดยการสอบสวนของบริษัทต่างๆในอุตสาหกรรมที่มีลักษณะคล้ายกันพร้อมกันมีระดับของเทคโนโลยีและจังหวะของการสร้างสรรค์นวัตกรรมนั้นสูงมาก และยังทำให้เราได้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้ที่มีความสามารถจะได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมสำหรับบริษัทที่มีส่วนร่วมกับลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anton Angerer (2014) ศึกษาวิจัยเรื่อง Success-factors of innovation management in automotive supplier Industry ผลการศึกษาพบว่า จุดมุ่งหมายของวิทยานิพนธ์นี้คือ การวิเคราะห์และอธิบายถึงความสำคัญของความสำเร็จในการ

จัดการนวัตกรรมสำหรับภาคตะวันตกของผู้ผลิตรถยนต์เพื่อความอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่ท้าทาย โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์อุตสาหกรรมยานยนต์อุตสาหกรรมของผู้ผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่มีเศรษฐกิจมหภาค และสำหรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศตะวันตกที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ ซึ่งกำลังอยู่ในระหว่างขั้นตอนการรบกวนเป็นอย่างมากของการปฏิรูปและการผนวกรวม ผลสรุปของงานวิจัยนี้ คือ นักวิจัยมีความเข้าใจที่ดีขึ้นต่อสถานการณ์เฉพาะของนวัตกรรมในการบริหารจัดการของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์และการใช้งานวิจัยในอนาคตที่จะทำงานได้ต้องขึ้นเพื่อนำไปใช้กับแนวคิดในการบริหารจัดการนวัตกรรมอุตสาหกรรมที่สำคัญนี้ สำหรับผู้ผลิตรถยนต์ที่ได้รับคำแนะนำที่ได้มาจากการทดสอบสมมติฐาน โดยจัดให้มีระบบและเป็นโครงการที่จะระบุไปถึงองค์ประกอบที่สำคัญที่พวกเขาจำเป็นต้องใช้ในการปรับปรุงระบบภายในของพวกเขาเองในรูปแบบสถาปัตยกรรมการจัดการนวัตกรรมเพื่อสมัครเป็นผู้สร้างสรรค่นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นต่อการรักษาความปลอดภัยโดยรวมของพวกเขาเพื่อที่จะประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสเป็นฉนวนกันความร้อนได้นั้น จะไขแ้วเป็นฉนวนกันความร้อนได้ดี เป็นฉนวนกันความร้อนได้ในระดับหนึ่งแต่ไม่ทนต่อเปลวไฟแต่เมื่อใส่ใยเปอร์เรชั่นที่กันความร้อนแต่มีขายเฉพาะที่ต่างประเทศมีราคาแพงเท่าของราคาวัสดุดิบในปัจจุบันถ้าเราสามารถผลิตวัสดุชนิดนี้ได้เองในประเทศก็จะทำให้เป็นฉนวนกันความร้อนได้ดีมากกว่าเดิม

ช่องทางจัดจำหน่ายจำหน่ายเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส

นวัตกรรมช่องทางจัดจำหน่ายจำหน่ายเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสนั้น ประกอบด้วยช่องทางเว็บไซต์ สอดคล้องกับ เกียรติศักดิ์ รุจิระชนลักษณ์ (2559) ได้ศึกษาผลกระทบของการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบสำหรับยานยนต์และเครื่องยนต์ในประเทศไทย พบว่าการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางการตลาดด้านกิจกรรมทางการตลาดมีความสัมพันธ์

และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่างการสร้างสรรคนวัตกรรมทางการตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันนวัตกรรมทางการตลาดในด้านรูปลักษณะ ของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร และเกิดความสวยงามในการตกแต่งธุรกิจที่ เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้ทันสมัย หรือความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส มีความสามารถในการตอบโจทย์ การใช้งานได้ในหลายรูปแบบด้านการพัฒนาช่องทาง การขายเรือหัวโทงไฟเบอร์ผ่านทางเว็บไซต์ นั้น พบว่าในปัจจุบัน การเข้าถึงข้อมูลจากผู้ซื้อส่วนใหญ่ จะใช้การค้นหา ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งในโลกของอินเทอร์เน็ต มีช่องทาง การทำการตลาดที่หลากหลาย ในส่วนของช่องทางเว็บไซต์ นั้น โดยปกติจะได้รับความเชื่อถือมากกว่าช่องทางอื่นบน อินเทอร์เน็ต รวมถึงการพัฒนาเว็บไซต์นั้นไม่ได้มี ข้อจำกัดตายตัว สามารถเพิ่มเติมฟังก์ชันต่าง ๆ ที่สอดคล้อง กับผลิตภัณฑ์เรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสได้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Jie Yang (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การ สื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ ส่วนบุคคลของผู้บริโภค จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า มีความคิดเห็นในทุกปัจจัยระดับมาก โดยเรียงจากมากไป นาน้อย คือ พฤติกรรมการซื้อ การส่งเสริมการขาย การ ประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การจัดกิจกรรมและการ โฆษณา ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ พบว่า การโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ส่วน บุคคลมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดกิจกรรม การตลาด ทางตรงการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย โดย ทุกปัจจัยมีนัยสำคัญของทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการ ประชาสัมพันธ์เรือหัวโทงไฟเบอร์ผ่านทางเว็บไซต์นั้นจะมี การดำเนินเข้าร่วมเว็บเพจโดยการเข้าสู่กลไกค้นหา เช่น คำ ว่ากลุ่มขายเรือคลิกเพื่อสมัครและลงทะเบียนรอตอบรับเพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลซื้อขาย เข้าร่วมเว็บเพจโดยการเข้าสู่กลไก ค้นหา เช่น คำว่าซื้อขายเรือมือสองเพื่อสมัครและ ลงทะเบียนรอตอบรับเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลซื้อขาย การขาย

ผ่านทางเฟสบุ๊ก Facebook สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ฉัตร ชัย อินทสังข (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง ตลาดเฉพาะกลุ่ม หนทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของการทำธุรกิจ คือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target market) โดยการ พยายามหาสินค้า/ บริการตอบสนอง ความต้องการของ ลูกค้าให้ได้ สินค้า/ บริการมีการสื่อสารที่ เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อที่ดี และเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ในสภาวะ ปัจจุบัน ส่งผลต่อการซื้อสินค้าของลูกค้าได้ ด้านการจัดเป็น โปรมอชั่นเมื่อซื้อเรือเงินสดและมีระบบเงินผ่อนเรือได้ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้งานเรือหัวโทงไฟเบอร์ กลาสนั้นเป็นกลุ่มของผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางเป็นส่วน ใหญ่ ทำให้ผู้ซื้ออาจจะมิจกัจำนวนเงินก้อนไม่เพียงพอต่อการ ซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์ในลักษณะจ่ายหมดในครั้งเดียว จึง จำเป็นต้องมีระบบผ่อนชำระเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวมถึงเป็นการรักษากลุ่มผู้ใช้สินค้า ระดับล่างไว้ โดยการจัดเป็นโปรมอชั่นเมื่อซื้อเรือเงินสด และมีระบบเงินผ่อนเรือได้ เช่น การวางจองชำระเงินก่อน 50%ของราคาเรือที่สั่งทำแล้วเมื่อเรือสร้างเสร็จแล้วจ่าย หมดในวันที่รับเรือโดยอาจจะมีการดูแลหลังการขาย 1 ปี (ในส่วนนี้ถือเป็น โปรมอชั่นพิเศษเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึง พอใจมีการชำระเงินส่วนหนึ่งเหมือนการวางคาวนรถโดย ส่วนที่เหลือก็จัดผ่อนผ่อนชำระกับสถาบันการเงินโดยการ วางสมุดผู้ครอบครองเรือหรือการทำสัญญากับบริษัท คู่สัญญาในที่นี้ เช่น สถาบันการเงินของภาครัฐและเอกชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งนี้

1. พัฒนาช่องทางทางการตลาดของเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ในรูปแบบเว็บไซต์ เป็นช่องทางหลักในการจัดจำหน่าย โดยนำข้อมูลของเรือไฟเบอร์กลาส เช่น คุณสมบัติ ราคา วัสดุ รวมถึงข้อมูลประวัติความเป็นมา เพื่อเป็นการ สร้างเรื่องราวให้กับสินค้า รวมถึงที่อยู่ในการติดต่อเป็น หลัก เพราะการจำหน่ายเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส จะต้องมีการพูดคุย ใช้การขายในลักษณะขายตรงจะได้ผลมากที่สุด

2. ทำความร่วมมือกับสถาบันทางการเงิน เพื่อจัดโปรโมชั่นในด้านดอกเบี้ยให้กับผู้ที่สนใจซื้อ ในรูปแบบเงินผ่อน เพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าระดับล่างถึงกลางให้สามารถซื้อเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสได้

3. ปรับรูปแบบการขายทางเฟสบุ๊คเป็นในลักษณะเพียงแต่ให้ข้อมูล และการตอบคำถาม เนื่องจากเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสนั้น การขายตรง ผ่านการเจรจา จะได้ผลมากที่สุด

4. จัดทำเรตราคารการบำรุงรักษาในราคาถูก เพื่อให้ในการประชาสัมพันธ์ความต่างกันของการบำรุงรักษาเรือหัวโทงไฟเบอร์ที่ทำจากไม้ กับ ทำจากไฟเบอร์กลาส

5. ออกแบบการต่อเติมเรือหัวโทงไฟเบอร์ ในหลายรูปแบบหลายวัตถุประสงค์ รวมถึงแสดงราคาการต่อเติมหรือตัดแปลงไว้สำหรับเป็นข้อมูลให้กับลูกค้า

6. พัฒนาจนวนกันความร้อนให้กับเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาส ให้มีประสิทธิภาพสูง ทนต่อการใช้งานในประเทศไทยในพื้นที่ ที่มีสภาวะอากาศร้อน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษาต่อยอดในเรื่องปัจจัยด้านการตลาดของเรือหัวโทง เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในยุคปัจจุบันโดยเน้นที่สื่อโซเชียลมีเดียมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษาการสร้างเรือหัวโทงโดยวัสดุประเภทอื่นนอกจากไฟเบอร์กลาส มีการเปรียบเทียบต้นทุนที่เป็นรูปธรรมเพื่อเป็นทางเลือกของประชาชนต่อไป

3. ควรมีการศึกษาเรือหัวโทงเจาะลึกในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และกลยุทธ์ในการนำเรือหัวโทงเข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

4. ควรมีการศึกษาเรือหัวโทงในส่วนของผลตอบรับจากประชาชนที่มีต่อมูลนิธิ ความพึงพอใจและความต้องการในด้านอื่นของประชาชนเกี่ยวกับเรือหัวโทง

บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2552). *การสร้างและซ่อมบำรุงเรือไฟเบอร์กลาส*.
- กลุ่มงานพัฒนาเรือ ประมงกรมประมง. (2556). *สำรวจข้อมูลเรือประมงพื้นบ้านขนาดเล็ก*.
- เกียรติศักดิ์ รุจิระชนลักษ์ณ. (2559). ผลกระทบของการสร้างสรค์นวัตกรรมการตลาดที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ประกอบสำหรับยานยนต์และเครื่องยนต์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 9(2). 171-182.
- ฉัตรชัย อินทสังข์. (2554). ตลาดเฉพาะกลุ่ม หนทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 2(2), 42-49.
- พินดา สัตโยภาส. (2558). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบการ ความสามารถทางการตลาดนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มสำเนาของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 7(1). 11 – 29.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2558). *โครงการติดตามการสนับสนุนเรือไฟเบอร์กลาส “ ชัยพัฒนา - กษาคไทย ” ในพื้นที่ภาคใต้ 6 จังหวัด (ฝั่งอันดามัน) เข้าถึงได้จาก dev1.colorpack.net/projectchaipat/index.php/site_content/1041*
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2557). *โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่สำคัญ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.rdpb.go.th>.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2548). *โครงการพระราชดำริ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.chaipat.or.th>
- Jie Yang. (2558). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคจังหวัดลำปาง*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2549). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- กรมประมง. (2556). *ข้อมูลเรือประมงพื้นบ้านขนาดเล็ก*. กลุ่มงานพัฒนาเรือประมง:กรมประมง.
- ประทับ ขาวมาลา. (วันที่สัมภาษณ์ 15-17/11/60), ตำแหน่งนายช่างออกแบบเรืออ่าวโศ สำนักวิจัยและพัฒนาประมงทะเล, ผู้สัมภาษณ์ศิริการย์ ชนศรีบุญยกศักดิ์, สถานที่สัมภาษณ์ หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอคูระบุรี จังหวัดพังงา.
- นเรศ โพธิ์รัตน์, (วันที่สัมภาษณ์ 15-17/11/60), ตำแหน่งกลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีประมงกองวิจัยและพัฒนาประมงทะเล, ผู้สัมภาษณ์ศิริการย์ ชนศรีบุญยกศักดิ์, สถานที่สัมภาษณ์หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอคูระบุรี จังหวัดพังงา.
- อัมพร ลิมสมบูรณ์, (วันที่สัมภาษณ์ 15-17/11/60), ตำแหน่งประธานอู่ต่อเรือหมู่บ้านทุ่งรัก, ผู้สัมภาษณ์ศิริการย์ ชนศรีบุญยกศักดิ์, สถานที่สัมภาษณ์หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอคูระบุรี จังหวัดพังงา.
- กอบเดช เทียมพระพาย, (วันที่สัมภาษณ์ 15-17/11/60), ตำแหน่งผู้จัดการบริษัทซีสตาร์ (บริษัทต่อเรือที่เช่าพื้นที่มูลนิธิ), ผู้สัมภาษณ์ศิริการย์ ชนศรีบุญยกศักดิ์, สถานที่สัมภาษณ์หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอคูระบุรี จังหวัดพังงา.
- ศุราชัย สนกระแสร์, (วันที่สัมภาษณ์ 15-17/11/60) ตำแหน่งนายช่างหนุ่มทำเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสให้กับบริษัทซีสตาร์, บริษัทกรีนวินทัวร์, บริษัท Ola Wan Ltd Co ตัวแทนจำหน่ายเรือหัวโทงไฟเบอร์กลาสตามออเดอร์, ผู้สัมภาษณ์ศิริการย์ ชนศรีบุญยกศักดิ์, สถานที่สัมภาษณ์หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอคูระบุรี จังหวัดพังงา.
- ประจักษ์ สูดชื่น, (วันที่สัมภาษณ์ 15-17/11/60), ตำแหน่งผู้จัดการบริษัทซีท โบ้ตผู้ประกอบการขายเรือไฟเบอร์กลาส, ผู้สัมภาษณ์ศิริการย์ ชนศรีบุญยกศักดิ์, สถานที่สัมภาษณ์หมู่บ้านทุ่งรัก อำเภอคูระบุรี จังหวัดพังงา.
- Serden GÖLPINAR. (2005). Comparative analysis of materials in recreational boat design: Fiber reinforced plastic boat in Serial production
- Anton Angerer. (2014). Success-Factors of innovation management in automotive supplier industry



Christoffer Granquist, Oscar Grönesjö. (2014). The balancing act of customer involvement for product innovation: A case study of electrolux and Volvo cars