

ชื่องานวิจัย	กลยุทธ์การตลาดเชิงพันธมิตรเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
ผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ สะสง
งบประมาณ	ปีงบประมาณ 2560
สถาบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
คำสำคัญ	กลยุทธ์การตลาด พันธมิตร ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน การพึ่งพาตนเอง ความยั่งยืน

### บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพการพึ่งพาตนเองและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการพึ่งพาตนเองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตอำเภอเมือง (2) เพื่อวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และกลยุทธ์ตลาดเชิงพันธมิตร องค์ประกอบใดส่งผลกระทบต่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนมากกว่ากัน และ (3) เพื่อค้นหาแบบจำลองกลยุทธ์การตลาดเชิงพันธมิตรเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน จำนวน 500 คน เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา วิเคราะห์ห้วงค์ประกอบและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาด้วยโปรแกรม AMOS และแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ด้วยเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า (1) สภาพการพึ่งพาตนเองและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการพึ่งพาตนเองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน ส่วนใหญ่สามารถดำเนินการด้วยตนเองอย่างอิสระมั่นคงสมบูรณ์ทางด้านจิตใจ ด้านแบบแผนการผลิต ด้านความสมดุลของธรรมชาติแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยพบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการพึ่งพาตนเองประกอบด้วย ปัจจัยทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยทุนทางสังคมและทุนทางเศรษฐกิจ ปัจจัยภูมิปัญญาและองค์ความรู้ ปัจจัยระบบการจัดการ ปัจจัยการสนับสนุนจากภายนอกองค์กร และเงื่อนไขปัจจัยที่เอื้อต่อการพึ่งพาตนเอง (2) ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และกลยุทธ์ตลาดเชิงพันธมิตร พบว่า องค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดเชิงพันธมิตรส่งผลกระทบต่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนที่ระดับ .42 มากกว่า องค์ประกอบผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนที่ระดับ .24 และ (3) ผลการค้นหาแบบจำลองกลยุทธ์การตลาดเชิงพันธมิตรเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า โมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่  $\text{Chi-square} = 23.579$ ,  $\text{Chi-square/df} = 1.474$ ,  $\text{df} = 16$ ,  $p = .099$ ,  $\text{GFI} = .992$ ,  $\text{CFI} = .998$ ,  $\text{RMR} = .010$ ,  $\text{RMSEA} = .031$ ,  $\text{NFI} = .994$

**Research Title :** Strategic marketing alliance for self-reliance, sustainable for entrepreneurial community products in Muang district Mae Hong Son province

**Researcher :** Assistant Professor Dr. Chutimun Sasong

**Year :** 2017

**Institute :** Chiang Mai Rajabhat University

**Keywords :** strategic marketing, alliance, local product entrepreneurs, self-reliance, sustainability

### Abstract

This study aims to 1) study self-reliance conditions and its related factors of entrepreneurial community products in Muang district 2) analyze impacts to self-reliance sustainability between elements of entrepreneurial community products and strategic marketing alliance and 3) look for model of strategic marketing alliance for self-reliance, sustainable for entrepreneurial community products in Muang district Mae Hong Son province. The population of this study includes 500 registered community product enterprises in Muang district Mae Hong Son province. Research instruments are descriptive statistics, Chi-square analysis through AMOS, and content analysis from the interview.

The results reveal that 1) community product enterprises in Muang district Mae Hong Son province can manually operate their businesses successfully in the aspects of mentality, production pattern, environmental balance, economy, society, and culture. The factors related to self-reliance are natural resources, social and economic capital, local wisdoms, management system, external support, and personal conditions 2) the characteristics of strategic marketing alliance affect the sustainable self-reliance at .42 which is higher than the characteristics of community product enterprises at .24 and 3) the results for model of strategic marketing alliance for self-reliance, sustainable for entrepreneurial community products indicate the followings figures; Chi-square = 23.579, Chi-square/df = 1.474, df = 16, p = .099, GFI = .992, CFI = .998, RMR = .010, RMSEA = .031, NFI = .994