

**การพัฒนาศักยภาพการตลาดของกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูง ตำบลหมื่นไวย
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมากรณีศึกษาฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว**

**The Marketing Efficiency Development of Ban Phon Sung Community,
Tambon Munwai, Amphoe Muang, Nakhon Ratchasima province
Case study of mushrooms farm and lemon garden.**

วรารพร โภชน์เกาะ^{1*}

Waraporn Phochkoh^{1*}

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

¹ Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University

* Corresponding author, E-mail: Waraporn_pho@vu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการตลาดให้กับกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 14 ราย ผลการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร สมาชิกมีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า สมาชิกส่วนใหญ่ทำผลิตภัณฑ์ฟาร์มเห็ด และสินค้าส่วนใหญ่จำหน่ายที่บ้านของตนเอง ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสะอาด สดใหม่ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ด้านราคา ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ด้านช่องทางและการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่าย เช่น ชุมชน หน้าร้าน บรรยากาศของสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดกิจกรรม/ออกบูธในช่วงเทศกาลต่าง ๆ

คำสำคัญ: ศักยภาพการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This research aimed 1)to study the marketing operation of Ban Phon Sung's community where the local people gathered with an objective to operate the mushroom farming and the lemon gardening at Tambon Munwai, Amphoe Muang, Nakhon Ratchasima 2)to define the guidelines to develop the market community for Ban Phon Sung mushroom farm and lemon garden at Tambon Munwai, Amphoe Muang, Nakhon Ratchasima. By using questionnaires and interview 14 community's members as the sampling group. The results showed that community's members mainly were female. The average age was 41 years old and above with the occupation as a farmer. Their average range of income varied from 10,001 – 15,000 baht per month. Their education levels were varied from elementary to high school. Most members of the mushroom farm and most of the products were sold at their own homes. The results analysis of the overall marketing mixed was found high level. Regarding to the products which are fresh, clean and hygienic. The product price is appropriate for its quality and quantity. Place to buy products was convenient as the products sold through the community shop with nice atmosphere. The marketing promotion was set up through the marketing activities and marketing events in many occasions.

Keywords: Market potential, Marketing Mix

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้ให้ความสำคัญในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ประชาชนในทุกระดับยึดถือปฏิบัติตามทางสายกลาง โดยให้อยู่ในความพอเพียง พอประมาณ มีเหตุผล เพื่อให้เกิดภูมิคุ้มกันอันเนื่องมาจากผลกระทบจากภายนอกและภายในโดยจุดมุ่งเน้นของแผนพัฒนาฉบับนี้คือ การมีสังคมที่เข้มแข็งและมีดุลยภาพ โดยวัตถุประสงค์ประการหนึ่งที่ถูกกำหนดในแผนพัฒนาฉบับนี้คือ การแก้ปัญหาความยากจนและเพิ่มศักยภาพและโอกาสของคนไทยในการพึ่งพาตนเอง โดยมีการกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหาไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ไว้ 4 แนวทางคือ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9)

1. สร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงบริการของรัฐได้ทั่วถึง
2. สร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ
3. พัฒนาโครงข่ายการคุ้มครองทางสังคมเพื่อสร้างหลักประกันความมั่นคงในชีวิตแก่คนยากจน
4. สร้างศักยภาพและเพิ่มความสามารถให้คนยากจนสามารถก่อสร้างตัวและพึ่งพาตัวเองได้มากขึ้น

โครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงหรือโครงการ SML เป็นโครงการที่ดำเนินการตามแนวคิดพื้นฐานที่ว่าประชาชนเป็นผู้ที่มีศักยภาพมีความสามารถในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และมีความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตลอดจนเป็นผู้ซึ่งสามารถแสดงบทบาทด้านการพัฒนาในเชิงสร้างสรรค์ ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของตนเอง กลุ่มและชุมชนได้หากได้รับการส่งเสริม สนับสนุน และกระตุ้นด้วยนโยบาย กระบวนการ กลวิธีและกิจกรรมที่เหมาะสม โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ ต้องการให้มีการจัดสรรงบประมาณโดยตรง เพื่อประชาชนในหมู่บ้าน/ชุมชนจะได้นำไปแก้ไขปัญหาส่วนรวมเพื่อการดำรงชีวิตประจำวัน และการประกอบอาชีพที่มั่นคงและยั่งยืน โดยประชาชนเป็นผู้บริหารจัดการเองและถือเป็นอีกขั้นหนึ่งของการพัฒนาประชาธิปไตยที่ยั่งยืน เป็นรูปแบบในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในภาคประชาชน จากการมีส่วนร่วมในกระบวนการ เพื่อการดำรงชีพและการมีอาชีพของประชาชนโดยส่วนรวม เป็นการเตรียมความพร้อมของประชาชนในหมู่บ้าน เกิดการสร้างผู้นำในท้องถิ่นที่มาจากภาคประชาชนโดยแท้จริง เพื่อการพัฒนาการปกครองส่วนท้องถิ่นและการกระจายอำนาจที่มีประสิทธิภาพในอนาคต (คณะกรรมการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. คู่มือขั้นตอนหลักการดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. 2547.)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มชุมชนบ้านโปนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการตลาด ให้กับกลุ่มชุมชนบ้านโปนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาวตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธวัชชัย บุญมี และคณะ (2555) การวิจัยและพัฒนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม พบว่าการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการตลาด ด้านการทำการตลาดทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์อันจะเป็นองค์ความรู้พื้นฐานในการบูรณาการให้เข้ากับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอันจะเป็นพื้นฐานในการนำเอาสินค้าร่วมอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน สามารถดำเนินการบูรณาการด้านการตลาด การขาย และการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการพัฒนาเว็บไซต์ของชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และมีการพัฒนาและสร้าง

ตราสินค้า บรรจุกัญช์ โลโก้ สื่อแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่ม และสื่อที่จะใช้ ณ จุดขาย โดยสามารถนำไปบูรณาการเชื่อมโยงกับโครงการพัฒนาเว็บไซต์ชุมชน ซึ่งจะช่วยให้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดในการแข่งขันที่ยั่งยืน

อภิชาติ มหาราชเสนา (2551) ศึกษาเรื่องกระบวนการจัดการกลุ่มสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาบ้านรูปสมุนไพร่ ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์และการสังเกต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์และการบรรจุภัณฑ์มีการคิดค้นประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ และสามารถปรับปรุงให้เหมาะสมกับตลาดเน้นโดยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และได้รับการคัดสรรมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานภาครัฐ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงภายในเครือข่าย โดยวิธีการฝึกอบรม สัมมนา และการศึกษาดูงานต่าง ๆ การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ก็มีคณะกรรมการ ฝ่ายควบคุมผลิตภัณฑ์ โดยมีการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนกับกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และผลิตภัณฑ์ยังได้รับการรับรองตามมาตรฐานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกระทรวงมหาดไทย และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของกระทรวงอุตสาหกรรมมีลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ เน้นการใช้วัตถุดิบหลักจากธรรมชาติ และไม่มีการใช้สารเคมีเป็นส่วนประกอบ และมีกระบวนการจัดการกลุ่มที่นำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน คือ ชุมชนได้เป็นเจ้าของกิจการเอง วัตถุดิบที่นำมาผลิตก็มาจากทรัพยากรในชุมชน อีกทั้งผลิตภัณฑ์ยังมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และสามารถจัดจำหน่ายได้ทุกที่ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ยังได้รับการรับรองมาตรฐานโดยกระทรวงอุตสาหกรรม และเป็นสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว ดังนั้นกลุ่มจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนด้วย

จิรพร มหาอินทร์ และคณะ (2554) ศึกษาเรื่องการค้าเงินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี พบว่าปัญหาการค้าเงินงานของกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เกิดจากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการ การผลิตยังคงยึดภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่มีการประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่บ้าง เพื่อพัฒนารูปแบบและเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ภาครัฐขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มไม่มีรูปแบบการบริหารกลุ่มหรือการทำงานกลุ่มเต็มรูปแบบ ส่งผลให้การสนับสนุนจากภาครัฐมีน้อย นอกจากนี้ผู้นำกลุ่มมักบริหารงานเพียงลำพังเนื่องจากไม่มีความรู้ความชำนาญในด้านการบริหารจัดการ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนประสบผลสำเร็จ คือ นโยบายของรัฐบาลที่เปิดโอกาสให้มีการสร้างงาน สร้างรายได้ แก่คนในชุมชนและความร่วมมือขององค์กรในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมติดตามประเมินผล รวมทั้งการมีภาวะผู้นำของผู้นำกลุ่มผนวกกับความเข้มแข็งของชุมชนที่เกื้อกูลการขับเคลื่อนกลุ่ม

ทัศนาศาหงส์มา (2553) วิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมด้านประเภทของสินค้า OTOP ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านราคา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมด้านลักษณะในการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นด้านการจัดจำหน่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixing Methodologies) โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method)

วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยทำการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) ประกอบกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้านการตลาดของกลุ่มชุมชน

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ สมาชิกกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ได้มีการลงทะเบียนไว้ จำนวน 14 ราย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ สมาชิกกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว ที่แจ้งความประสงค์เข้าร่วมโครงการจำนวน 14 ราย โดยสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการคือสมาชิกที่ต้องหารายได้เสริมให้กับครอบครัวและว่างจากภาระงานประจำ ต้องการนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อให้ทราบถึงการเริ่มต้นทำธุรกิจ ลักษณะการดำเนินงาน รวมถึงปัญหาและอุปสรรค และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ร่วมสนทนา

การเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามให้ง่ายต่อความเข้าใจในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอนคือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ
2. ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาศักยภาพการตลาดแก่กลุ่มชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปประมวลผล โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

การกำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ค่าระดับคะแนนดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย/Results

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.70 มีอายุเฉลี่ย 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 85.70 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50.00 สมาชิกมีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.90 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและ

มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 35.70 สมาชิกส่วนใหญ่ทำผลิตภัณฑ์ฟาร์มเห็ด คิดเป็นร้อยละ 71.40 และสินค้าส่วนใหญ่จำหน่ายที่บ้านของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 64.30

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแสดงเป็นภาพรวม

รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.09	0.60	มาก
ด้านราคา	3.97	0.61	มาก
ด้านช่องทางและการจัดจำหน่าย	4.11	0.95	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	0.90	มาก
ภาพรวม	3.99	0.72	มาก

จากตารางแสดงให้เห็นว่า สมาชิกกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางและการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแสดงเป็นรายด้าน (แสดง 3 ลำดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน)

รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น	3.93	0.99	มาก

2. ผลิตภัณฑ์มีความสะอาด สดใหม่ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค	4.50	0.51	มาก
3. บรรจุภัณฑ์ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน	3.86	0.66	มาก

ตารางที่ 2(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแสดงเป็นรายด้าน (แสดง 3 ลำดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน)

รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านราคา			
1. ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.21	0.57	มาก
2. ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับปริมาณ	4.21	0.42	มาก
3. มีการติดป้ายราคาของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน	3.50	1.28	มาก
ด้านช่องทางและการจัดจำหน่าย			
1. ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทาง	4.07	0.99	มาก
2. ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่าย เช่น ชุมชน หน้าร้าน	4.14	1.09	มาก
3. บรรยากาศของสถานที่จัดจำหน่าย	4.14	0.86	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.71	0.99	มาก
2. มีการจัดกิจกรรม/ ออกบูธในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.86	1.09	มาก
3. มีการให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย	3.79	0.80	มาก
ภาพรวม	3.99	0.72	มาก

จากตารางแสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนมีระดับความสำคัญเป็นสามลำดับแรกของแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาวตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาด สดใหม่ ปลอดภัยต่อผู้บริโภคค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.50$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์

เฉพาะของท้องถิ่นค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.93$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับสอง และบรรจุกฎที่ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นานค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.86$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับสามตามลำดับ

ด้านราคาพบว่า กลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาวตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นว่ารราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับปริมาณมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.21$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง มีการติดย่ำราคาของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.50$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับสามตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า กลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาวตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นว่ารผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่าย เช่น ชุมชน หน้าร้าน และบรรยากาศของสถานที่จัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{X} = 4.14$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.50$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับสามตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า กลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาวตำบล หมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นว่ามีการจัดกิจกรรม/ออกบูธในช่วงเทศกาลต่างๆค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.86$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง มีการให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ของผู้ขายค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.79$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับสอง และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.71$) มีระดับความสำคัญเป็นอันดับสามตามลำดับ

ผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม ตามที่ได้กำหนดหัวข้อในการสนทนากลุ่มมีผลการศึกษา ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าที่แน่นอน และผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ แต่ในขณะที่เดียวกันกลุ่มชุมชนต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า แต่ยังขาดทักษะความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุกฎ และตราสินค้าเนื่องจากกลุ่มชุมชนไม่มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรู้จักและจดจำในตราสินค้า กลุ่มชุมชนควรมีการสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จัก

2. ด้านราคา พบว่ารราคาของผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ผ่านการแปรรูปไม่แตกต่างจากราคาตลาดทั่วไป กลุ่มชุมชนมีความต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์จะสามารถเพิ่มมูลค่าทำให้กลุ่มชุมชนมีรายได้จากอาชีพเสริมเพิ่มขึ้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าหากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนได้ผ่านกระบวนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า จะสามารถเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายได้ เช่น จำหน่าย ณ กลุ่มชุมชน, ร้านขายของฝากประจำจังหวัด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มชุมชนยังขาดความรู้ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เมื่อผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร ผลิตภัณฑ์ได้มีการออกบูธในช่วงเทศกาลในระดับชุมชนยังไม่เป็นที่แพร่หลาย

สรุปและอภิปรายผล/Conclusions and Discussion

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาด และกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการตลาดให้กับกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาวตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างชุมชนบ้านโพนสูง ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 14 ราย ผลการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร สมาชิกมีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า สมาชิกส่วนใหญ่ทำผลิตภัณฑ์ฟาร์มเห็ด และสินค้าส่วนใหญ่จำหน่ายที่บ้านของตนเอง

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความสำคัญมาก โดยผลิตภัณฑ์มีความสะอาด สดใหม่ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น และบรรจุภัณฑ์ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน ด้านราคามีระดับความสำคัญมาก โดยราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และมีการติดป้ายราคาของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับความสำคัญมาก โดยผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่าย เช่น ชุมชน หน้าร้าน บรรยากาศของสถานที่จัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความสำคัญมาก โดยมีการจัดกิจกรรม/ออกบูธในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีการให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มชุมชนบ้านโพนสูงที่รวมตัวกันเพื่อทำฟาร์มเห็ดและสวนมะนาว โดยพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้เสริมให้กับชุมชน
2. ควรมีการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มชุมชนเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544. *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9*

คณะกรรมการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML)ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.

คู่มือขั้นตอนหลักการดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML)

ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. 2547.

ธวัชชัย บุญมี และคณะ.2555. *การวิจัยและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก*

ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.รายงานการวิจัย.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

อภิชาติ มหาราชเสนา.2551. *กระบวนการจัดการกลุ่มสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา*

บ้านภูสุม่นไพร ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ.รายงานการวิจัย.มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

จิรพร มหาอินทร์ และคณะ.2554. *การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน*

กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี.รายงานการวิจัย.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ทัศนาศ หงษ์มา.2553. *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า*

OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. รายงานการวิจัย.วิทยาลัยราชพฤกษ์