

**การพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชนสู่วิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริม  
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท**

**The Development of Community Marketing and Promote Tourism for Community  
Business Enterprise for Sustainable Tourism of Hunka district, Chainat Province.**

**นิสา บุญทะสอน<sup>1</sup> สุดารัตน์ มานะ<sup>1</sup> และ บังอร พลเทศา<sup>2</sup>  
Nisa Boontasorn<sup>1</sup> Sudarat Mana<sup>1</sup> and Bungon Poltecha<sup>2</sup>**

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพบริบทชุมชน บริบทการท่องเที่ยว สภาพสินค้าชุมชน วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ความต้องการการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าชุมชน เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวให้กับชุมชน ในเขตพื้นที่ อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท 2) จัดทำคู่มือ เพื่อใช้ในการพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชน อันจะนำไปสู่การยกระดับเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 323 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.95 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพบริบทชุมชน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ชาวบ้านได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อทำเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ ความต้องการการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) การนำคู่มือการบริหารจัดการการตลาดและการท่องเที่ยว นำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดของสินค้าชุมชนได้เป็นอย่างดี ข้อเสนอแนะควรมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาเครือข่ายของกลุ่ม ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณอบรมความรู้เรื่อง e-commerce ควรนำผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนในท้องถิ่นผสมกับวัฒนธรรมชุมชนประยุกต์ใช้ในการเชิงธุรกิจท่องเที่ยวเตรียมความพร้อมของชุมชนในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีสร้างจิตสำนึกในการบริการให้เกิดขึ้นกับชุมชน

**คำสำคัญ:** การพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยว ธุรกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน

<sup>1</sup>สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษม

<sup>2</sup>สาขาการพัฒนาระบบบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษม

### Abstract

This aims of this research were to 1) studying the context item state tourism community strengths, weaknesses, opportunities, and obstacles to developing the best composition of an item in each of the marketing community to create a body of knowledge on marketing and tourism, with the community in Hanka district, Chainat Province, 2) establishing the guideline for the development of community marketing and promote tourism for community business enterprise for sustainable tourism. The sample in quantitative study was consisted of 323 peoples and also the sample in qualitative study was 40 peoples. The instrument used for collecting data was a questionnaire with get reliability of 0.95 the data were analyzed by using frequencies percentage means and standard deviation.

The result of this study shown that 1) In an area of community context, the majority is farmers. The key tourist attractions are Temples, Ancient Ruins and Natural Reserves. A traditional wisdom has led local people to produce local contents as parallel professional in order to make more income. The parallel professional aims to enhance a better quality of living and to preserve a traditional knowledge. Overall, a need to develop marketing ingredients is at a high level. Ban Pran professional group possess a potential level to become a Community Enterprise, compare to others. 2) An implementation of marketing and tourism guideline and development, which brought to locals during the workshop, supports the local contents to match with the professional group and the right market. The suggestions are that the network should be developed. The state's budget should be allocated to support a training program on an area of e-commerce development. The combination of cultural and local products is significant for the locals and its own tourism application. Finally, the creation of good host awareness is significantly providing the service mind of community.

**Keywords:** Marketing and tourism development, The business community, community-based enterprises.

## บทนำ

การพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ทั่วโลกเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาหลายทศวรรษที่ผ่านมา และจะเจริญเติบโตต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรม ที่สร้างรายได้อย่างมากมหาศาลให้แก่ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศไทยมีรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวสูงมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 จนปัจจุบัน กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 (ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง) ได้จัดทำแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ เป้าประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชื่อมโยงพัฒนาเครือข่าย ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาจากท้องถิ่น เพื่อเป็นสินค้าที่ระลึกขายแก่นักท่องเที่ยว โดยพัฒนาชุมชนให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจชุมชนและยกระดับสู่วิสาหกิจชุมชน จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท พบว่า ชุมชนยังขาดความรู้ด้านการตลาดและการจัดการที่จะนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจชุมชน และใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมได้ทำข้อตกลงความร่วมมือกับจังหวัดชัยนาทในการดำเนินการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาชุมชน พัฒนาสังคม สร้างอาชีพ สร้างรายได้ พัฒนาการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาการพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชน สู่วิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท เพื่อจะได้สามารถสร้างอาชีพและรายได้ อย่างยั่งยืนแก่ชุมชน โดยสามารถเชื่อมโยงไปถึงระดับกลุ่มจังหวัด และระดับประเทศต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพบริบทชุมชน บริบทการท่องเที่ยว สภาพสินค้าชุมชน วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ความต้องการ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าชุมชน เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวให้กับชุมชน ในเขตพื้นที่ อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท

2. เพื่อจัดทำคู่มือ เพื่อใช้ในการพัฒนาการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชน อันจะนำไปสู่การยกระดับเป็นวิสาหกิจชุมชนของอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการและผู้ผลิต 200 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคสินค้าชุมชน และนักท่องเที่ยว 123 ตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก 10 คน ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม 10 คน ผู้ร่วมประชุมฝักอบรมปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 20 คน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสินค้าชุมชนและความต้องการการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด

## วิธีดำเนินการวิจัย

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสินค้าชุมชนความต้องการการพัฒนาส่วนประสมทาง

การตลาดของสินค้าชุมชนที่มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพได้แก่แบบสัมภาษณ์

#### **การรวบรวมข้อมูล**

การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามได้จำนวนทั้งหมด 323 ฉบับร้อยละหนึ่งร้อย ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม การศึกษาฐานข้อมูลการตลาด การประชุมอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยใช้คู่มือบริหารจัดการการตลาดและการท่องเที่ยว

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้คือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### **ผลการวิจัย**

จากการวิจัย สามารถเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

##### **สรุปผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ**

ข้อมูลจากผู้ประกอบการและผู้ผลิต

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 50 ปีขึ้นไป มีอาชีพเกษตรกร ระดับการศึกษาประถมศึกษา/มัธยมศึกษา มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000บาท

2. ประเภทของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนส่วนใหญ่ เป็นอาหาร/ขนม จำหน่ายในท้องถิ่นหรือในจังหวัดชัยนาท มียอดขายต่อปีต่ำกว่า 1 แสนบาท จำหน่าย ณ สถานที่ผลิต

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพสินค้าชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพสินค้าชุมชนด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากและเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ สภาพสินค้าชุมชนสรุปดังนี้

4.1 ปัญหาและอุปสรรค แรงงานขาดความรู้และความเข้าใจด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย การบริหารจัดการ การตลาด การบัญชี และการส่งออก ปัญหาราคาวัตถุดิบและการขาดแคลน ปัญหาการรวมกลุ่มสมาชิก สินค้าเกินความต้องการ ราคาไม่คุ้มกับการผลิต งานแสดงสินค้าของทางราชการไม่ต่อเนื่อง ต้นทุนสินค้าไม่อยู่บนฐานของความเป็นจริง การลอกเลียนแบบค่าใช้จ่ายในการจดสิทธิบัตรมีราคาสูงมาก

4.2 ข้อเสนอแนะควรมีการสนับสนุนการพัฒนาของกลุ่มชุมชน ในด้านการเพาะปลูก การผลิต การแปรรูปและองค์ความรู้ต่างๆ ควรมีมาตรการส่งเสริมสมาชิกภายในกลุ่มเพื่อนำไปสู่ศักยภาพการแข่งขันสร้างอำนาจการต่อรองในตลาด การแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน และทำการตรวจสอบความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอควรจัดให้มีการประชุมกลุ่ม การอบรมแรงงาน การแลกเปลี่ยนแนวคิดและประสบการณ์ในการทำงาน รัฐควรจัดอบรมความรู้เรื่อง e-commerce แบบ Business to Business เรื่องการส่งออก

ข้อมูลจากประชาชนผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ระดับการศึกษา ปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

2. พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อลำดับแรก คือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รองลงมา คืออาหาร ขนม เสื้อผ้า ของใช้ ของตกแต่งบ้านและเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ความงาม ตามลำดับ

เหตุผลของการตัดสินใจซื้อลำดับแรกซื้อเป็นของขวัญของฝาก รองลงมาเพราะราคาถูก สินค้ามีคุณภาพสูง บรรลุวัตถุประสงค์มีลักษณะเด่นดึงดูดใจผู้ซื้อ และเพราะต้องการช่วยเศรษฐกิจของชุมชนตามลำดับ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลำดับแรก ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง รองลงมาคืออิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนและได้รับอิทธิพลจากผู้มีชื่อเสียงและการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

3. ความต้องการการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดสามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรใส่ใจและรักษามาตรฐานสินค้าให้คงที่ ผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลาย ควรปรับปรุงบรรยากาศ จัดภูมิทัศน์ร้านค้าหรือสถานที่จัดจำหน่าย ควรเพิ่มจำนวนพนักงานขาย โดยเฉพาะในวันหยุดและเทศกาลต่างๆ และพนักงานควรมีความรู้ในการให้ข้อมูลของสินค้าได้ ด้านราคา ผู้ประกอบการควรรักษานโยบายด้านราคาให้คงที่ การแสดงราคาสินค้าต้องติดป้ายแสดงให้ชัดเจน ถูกต้อง สามารถมองเห็นได้ง่าย ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดแบ่งสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า วางผังภายในร้านค้าให้มีการสัญจรได้สะดวก มีที่จอดรถในที่ร่มให้เพียงพอและปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ให้ครอบคลุมเพื่อให้สามารถ เข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึงควรจัดทำระบบสมาชิก เพื่อมอบสิทธิพิเศษให้แก่สมาชิก

#### สรุปผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

1. บริบทสภาพแวดล้อมของอำเภอ หันคา จังหวัดชัยนาท ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัด

แบ่งการปกครองออกเป็น 8 ตำบล ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ผลผลิตที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย และส้มโอ อาชีพเสริม ทำไร่ เลี้ยงสัตว์ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ วัด โบราณสถาน

2. แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหันคาจากการสัมภาษณ์หน่วยงานหลักที่สำคัญเช่นเทศบาลตำบลหันคา สำนักงานพัฒนาชุมชน ผู้ผลิตสินค้าชุมชน รวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ พบว่าอำเภอหันคามีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ หลายแหล่ง เช่น วัด โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เหมาะสมกับการที่จะพัฒนาและบูรณาการในการทำการตลาดและการท่องเที่ยวของธุรกิจชุมชนไปสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต่อไป มีการส่งเสริมการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย สนับสนุนให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นได้รับการพัฒนาขีดความสามารถ เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า OTOP เป็น การสนับสนุนให้ชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

3. ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่อำเภอหันคาชาวบ้านได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อทำเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและอนุรักษ์ภูมิปัญญาไม่ให้สูญญานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นซึ่งเป็นสินค้าชุมชนเช่น กลุ่มอาชีพบ้านพราน (ผลิตภัณฑ์กระเช้าเกว๋วลีแดง) กลุ่มพัฒนาหัตถกรรมหุ่นฟางนกเล็ก กลุ่มแปรรูปนมสดบ้านดอนกระพี กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเขียน กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวเพื่อสุขภาพ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อวิเคราะห์ SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค)

4.1 จุดแข็ง (Strength) มีความร่วมมือและความสามัคคีของสมาชิกในชุมชน มีภูมิปัญญา

ท้องถิ่นในการผลิตสืบทอดจากบรรพบุรุษ วัตถุประสงค์ในการผลิตและแปรรูป สามารถหาได้จากชุมชน สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงสุขภาพและเชิงนิเวศ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีสินค้าชุมชนหลากหลายสามารถนำมาจำหน่ายร่วมกับการท่องเที่ยวได้ มีโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่การท่องเที่ยวได้

4.2 จุดอ่อน (Weakness) ช่องทางการจัดจำหน่ายยัง ไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง ขาดช่องทางการกระจายข่าวสาร สมาชิกขาดความรู้ทางด้านไอที ขาดการวางแผน ขาดการกำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและการสร้างความเติบโต ขาดความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ขาดองค์ความรู้ที่แท้จริงในการทำงานการตลาด

4.3 โอกาส (Opportunity) กลุ่มผู้บริโภคมีแนวโน้มสนใจผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่น นโยบายของรัฐที่ให้การสนับสนุนและเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนในผลิตภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีศักยภาพเส้นทางคมนาคมสะดวก สามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง

4.4 อุปสรรค (Threats) มีคู่แข่งในตลาดเป็นจำนวนมาก สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ วัตถุประสงค์ที่ต้องใช้เป็นวัสดุหลักและวัสดุที่ใช้เป็นส่วนประกอบขึ้นราคา และราคาไม่คงที่ กลุ่มสมาชิกไม่มีความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ สมาชิกมีอาชีพหลักอยู่แล้ว ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนเป็นงานเสริมเส้นทางคมนาคมบางเส้นทางมีสภาพชำรุดขาดการบูรณะ ไม่มีป้ายประชาสัมพันธ์ตามเส้นทาง การสืบสานภูมิปัญญาของผู้ผลิตในชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ การสืบทอดธุรกิจเพื่อสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นมีจำกัด

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

5.1 มีการจัดทำโครงการชัชวาทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก้าวสู่สากล ปฏิบัติภารกิจตามความต้องการของชุมชน และคนในชุมชนมีส่วนร่วมส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5.2 ธุรกิจชุมชน มักประสบปัญหาการตลาดแคบวัตถุประสงค์ ไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน แหล่งที่ตั้งของตลาดจำกัดอยู่ในท้องถิ่น เงินทุนและสินเชื่อมีจำกัด ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันตามวงเงินที่สถาบันการเงินกำหนด ระบบบัญชีและการตรวจควบคุมยังไม่ได้มาตรฐาน มีการจัดตั้งกลุ่มสะสมทุนหลายประเภทขึ้นมาซ้ำซ้อนกันในพื้นที่เดียวกัน สมาชิกกลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการดำเนินงานกลุ่มสะสมทุนที่ถูกต้อง คณะกรรมการบริหารไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ตนเองที่ถูกต้อง ขาดความสามัคคีของสมาชิกและกรรมการ นโยบายของรัฐ ยังไม่เอื้ออำนวย ทั้งในด้านภาษี ด้านสินเชื่อ ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่เพียงพอ ควรจัดให้มีการให้ความรู้ด้านการตลาดและการใช้เทคโนโลยีการผลิต และความสามารถเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม

5.3 ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของชุมชน ที่ยังไม่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานคือปัจจัยด้านผู้นำ และ/หรือภาวะคุณภาพการนำของผู้นำ ขาดการให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมทางสังคมของชุมชนรวมทั้งยังมีการสื่อสารที่ไม่ถูกต้อง

6. ผลการศึกษาดูงานด้านการตลาด การขาย การผลิต

6.1 การศึกษาดูงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไวนน์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ศรีชุมแสง ตำบลท่าไม้รวก อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี เกษตรกรได้นำผลผลิตในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไวน์

วัตถุประสงค์เพื่อต้องการรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นและต้องการให้คนไทยนิยมของไทย

6.2 การศึกษาดูงานศูนย์เรียนรู้ชุมชนต้นแบบ กลุ่มสตรีดอนขุนห้วย โครงการตามพระราชประสงค์ดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ปัญหาอุปสรรคขาดการรับรองมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานของรัฐ ขาดการประชาสัมพันธ์ถึงสรรพคุณและคุณประโยชน์ของสมุนไพร ปัญหาการนำเข้ายางของพืชสมุนไพรขาดความรู้ในด้านเทคโนโลยีการผลิต ขาดการวิจัยและพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ขาดการนำเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่มาปรับใช้ในการแปรรูป

6.3 การศึกษาดูงานโครงการชั่งหัวมัน ตามพระราชดำริ อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี วัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรและเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม การดำเนินกิจกรรมประกอบด้วย การใช้กังหันลมผลิตไฟฟ้าเพื่อเป็นพลังงานทดแทนการผลิตพืชปลอดภัยจากสารพิษ การสาธิต แปลงศึกษาและส่งเสริมการผลิตไม้ผลและพืช ถือกเป็นต้นแบบของเศรษฐกิจพอเพียง

สรุปจากการศึกษาดูงานทำให้ทราบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไวน์ กลุ่มสตรีดอนขุนห้วย มีปัญหาด้านการตลาดที่คล้ายคลึงกันคือความต้องการองค์ความรู้ด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ การวิจัย การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ การเสริมสร้างเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ทางกลุ่มแก้ปัญหาโดยการนำสมาชิกเข้าร่วมการอบรมกับหน่วยงานพัฒนาชุมชนและมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ซึ่งอุปทานเหล่านี้ต้องใช้เวลาในการพัฒนา ส่วนการศึกษา ดูงานโครงการชั่งหัวมัน ทำให้ได้ทราบและตระหนักถึงการร่วมแรงร่วมใจในการทำงานร่วมกันการพลิกฟื้นผืนดินที่แห้งแล้งให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ได้ด้วยพลังแห่งความร่วมมือกันของสมาชิก

6.4 การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยนำคู่มือการบริหารจัดการการตลาดและการท่องเที่ยว นำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดของสินค้าชุมชนเพื่อนำสู่การปฏิบัติในด้านการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่ม

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพบว่า สภาพสินค้าชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสภาพสินค้าชุมชนด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากและเป็นลำดับแรก โดยสภาพความพอเพียงของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมาคือความแน่นอนของราคาวัตถุดิบ ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์มีความสำคัญและเป็นส่วนประสมทางการตลาดลำดับแรก ดังที่ ดร.ฟิลิปป์ คอตเลอร์ (Kotler, 2000: 394 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2551:80) กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ของกิจการใดๆ เป็นที่มาของรายได้ให้กับกิจการนั้นๆ ธุรกิจ/กิจการจะไม่สามารถอยู่รอดได้ ถ้าผลิตภัณฑ์ที่ขาย/นำเสนอสู่ตลาดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

สภาพสินค้าชุมชนด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในลำดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการยังขาดความรู้ในด้านการส่งเสริมการตลาดและขาดการสนับสนุนจากภาครัฐในการช่วยส่งเสริมการตลาด จึงไม่สามารถใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ดังที่ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2545) กล่าวว่า การมีสินค้าดี บริการดี แต่หากลูกค้าไม่ทราบ ไม่รู้จักสินค้า บริการนั้นๆ ก็มีคุณค่าน้อย

2. พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าชุมชนของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ลำดับแรกคือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ทั้งนี้เพราะการมีสุขภาพดีเป็นส่วยอดปรารถนาของมนุษย์ทุกคน คนใน

ปัจจุบันจึงหันมาใส่ใจในสุขภาพและความสวยความงามกันมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลของคุณวิจัยวิทยานิพนธ์ระบุว่า ร้อยละ 31 ของผู้บริโภคในวัยทำงานใช้สินค้าบำรุงสุขภาพ โดยในจำนวนนี้เป็นชายร้อยละ 44 และหญิงร้อยละ 56 ซึ่งสินค้าบำรุงสุขภาพส่วนใหญ่ที่มีการใช้กันมาก คือ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ

3. ความต้องการการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ทั้งนี้เพราะส่วนประสมการตลาดเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ฟิลลิป โคทเลอร์ (Phillip Kotler อ้างถึงใน กรรณิการ์ อัฐมาโนลาภ, 2546: 33) กล่าวว่า การจัดการการตลาดที่ดีของชุมชน จะต้องอาศัยทฤษฎีการจัดการตลาดสมัยใหม่ร่วมด้วย เครื่องมือทางการตลาดซึ่งองค์กรใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายที่กำหนดไว้เรียกว่าส่วนประสมการตลาด

4. ผลจากการสรุปข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตพบว่า ควรมีการสนับสนุนการพัฒนาของกลุ่มชุมชน ส่งเสริมให้มีการพัฒนาเครือข่ายของกลุ่ม กำหนดหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน จัดประชุมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ รัฐควรจัดสรรงบประมาณ เพื่อจัดให้มีการอบรมแรงงาน มีการแลกเปลี่ยนแนวคิดและประสบการณ์ ในการทำงาน จัดอบรมความรู้เรื่อง e-commerce การสรุปข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการควรใส่ใจและรักษามาตรฐานสินค้าให้คงที่ หลากหลาย ปรับปรุงภูมิทัศน์ร้านค้า เพิ่มจำนวนพนักงานขาย พนักงานควรมีความรู้ข้อมูลของสินค้า ด้านราคา ควรกำหนด

ราคาให้คงที่ ติดป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดแบ่งสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ วางผังร้านค้าให้สัญจรได้สะดวก ที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จัดทำระบบสมาชิก

5. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท มีการรวมกลุ่มสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ เพิ่มเป็นรายได้เสริมให้กับครอบครัว มีวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีคุณภาพและปริมาณเพียงพอต่อการนำมาแปรรูป มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทำให้มีแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยต่อการเป็นแหล่งในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดชัยนาท ดังนั้นจึงต้องมีการบริหารจัดการการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนทางการตลาดและการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว ให้ความสำคัญในการเร่งรัดพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการหรือผู้ผลิต เพื่อนำองค์ความรู้ไปพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ความสามารถในการพัฒนาส่วนประสมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถในการวิเคราะห์ SWOT ของสินค้าเพื่อเป็นหลักประกันในอันที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว เพิ่มรายได้และทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ (2552) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มมีศักยภาพในด้านการผลิตแต่ขาดศักยภาพที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายหากกลุ่มได้รับการส่งเสริมกระบวนการวางแผนการตลาดที่เหมาะสม จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการพัฒนาสามารถ



สร้างมูลค่าเพิ่มได้และสามารถทำให้คุณภาพชีวิต  
ของคนในชุมชนเพิ่มสูงขึ้น

6. จากผลการศึกษากลุ่มผู้ผลิต  
ผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถนำมาวิเคราะห์ และ  
อภิปรายได้ดังนี้ กลุ่มอาชีพบ้านพราน(ผลิตภัณฑ์  
กระเช้าถวัลย์แดง) เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและ  
ความเข้มแข็งในการพัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชน  
มากกว่าทุกกลุ่ม มีทิศทางของการพัฒนาที่จะก้าว  
ไปสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ยั่งยืนได้ต่อไป  
กลุ่มได้เข้ารับการประชุมอบรมเชิงปฏิบัติการโดย  
ใช้คู่มือการบริหารจัดการทางการตลาดจาก  
คณะผู้วิจัย ทำให้กลุ่มสามารถประยุกต์ใช้หลักการ  
บริหารจัดการตลาดของธุรกิจชุมชนจากการวิจัย  
พัฒนาระบบการผลิตและเพิ่มปริมาณการผลิต  
เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด  
สามารถสร้างเว็บไซต์ของกลุ่มในด้าน การโฆษณา  
ประชาสัมพันธ์และด้านไอทีแนะนำและ  
ประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม ทำให้สมาชิกกลุ่มมี  
คุณภาพที่ดีและมีความสุข ส่วนกลุ่มพัฒนาหัตถกรรม  
หุ่นฟางนกกเล็ก เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนา  
เป็นวิสาหกิจชุมชนได้เช่นกัน แต่ต้องใช้กลยุทธ์ทาง  
การตลาดที่เข้มแข็ง เพราะหุ่นฟางนกกเล็กเป็น  
ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ใช้ในการอุปโภค บริโภค ถ้า  
เศรษฐกิจตกต่ำชบเซาอาจทำให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อ  
กลุ่มแปรรูปนมสดบ้านดอนกระพี ผลิตภัณฑ์เต้าหู้  
นมสดเป็นกลุ่มที่ต้องพัฒนาส่วนประสมด้าน  
ผลิตภัณฑ์ก่อน พัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาด  
การขายและการพัฒนาสินค้าสู่การเป็นสินค้า  
ที่ระลึก กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเขื่อน ไช้เค็ม  
พอกดินภูเขาสารพัดดีต้องพัฒนาส่วนประสมช่อง  
ทางการจัดจำหน่ายโดยขยายให้มากขึ้นและขยายสาย  
ผลิตภัณฑ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามาพร้าวเพื่อสุขภาพ  
ต้องพัฒนาองค์ความรู้ในการบริหารจัดการการตลาด  
และแนวทางในการรวมกลุ่มขยายสายผลิตภัณฑ์ให้  
เพิ่มขึ้น แก้ปัญหาการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอพัฒนา

ส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาดการโฆษณา  
ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับในประโยชน์  
ของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับธงชัย  
สันติวงษ์ (2550) ที่กล่าวว่าธุรกิจที่จะประสบ  
ความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องกำหนดส่วนประสม  
การตลาดที่เหมาะสม เพราะในปัจจุบัน  
กระบวนการซื้อสำหรับผู้บริโภค ผู้ซื้อจะยึดหลัก  
มูลค่าสูงสุด ผู้ซื้อจะซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจที่เสนอ  
คุณค่าที่มอบให้ลูกค้าสูงสุด และสัญญา  
ไชยชาญ (2548) ที่กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด  
เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด การดำเนินงาน  
ของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ  
การปรับปรุงความเหมาะสมของส่วนประสมทาง  
การตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ  
ของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

1. ข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการและ  
ผู้ผลิตมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิ  
ปัญญาท้องถิ่นจากบรรพบุรุษ มุ่งสู่การพัฒนาตาม  
ความต้องการของตลาด มีการบริหารจัดการมา  
เป็นฐาน พัฒนาเลือกสรรปรับปรุงให้เข้ากับ  
ยุคสมัยใช้กลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสาน
2. ควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้ใน  
ครัวเรือนให้มากขึ้น ปลูกฝังให้ลูกหลานเห็นคุณค่า  
ของภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกิจกรรม  
สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นควรจัดทำหลักสูตรภูมิ  
ปัญญาท้องถิ่น จัดแหล่งสำหรับการเรียนรู้  
ถ่ายทอดภูมิปัญญาที่เปิดกว้างสำหรับทุกคน
3. ควรนำผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนที่  
หลากหลายในท้องถิ่นผสมผสานกับวัฒนธรรม  
ชุมชนประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจท่องเที่ยว

4. ดำเนินการด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังและเตรียมความพร้อมของชุมชนในการก้าวเข้าสู่การเป็นเจ้าของบ้านที่ดีและสร้างจิตสำนึกในการบริการให้เกิดกับชุมชน

**ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงบูรณาการเพื่อให้สามารถ
2. ควรศึกษาแนวทางการบริหารจัดการและการบริการด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าชุมชนที่มีความเหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอห้วยคาและจัดทำตัวชี้วัดในการบริหารจัดการ และการบริการด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าชุมชนให้เป็นรูปแบบที่มีคุณภาพ

### เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ อัฐมาโนลาภ. (2546). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: พิเศษจุฬารพิมพ์.
- ชูเกียรติ นพเกตุ. (2552). **แนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวของไทย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนวรรธน์ แสงสุวรรณและคณะ.(2545). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ทจำกัด
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2551). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์. (2552). **การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วมกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงตำบลสง่าบ้านอำเภอดอยสะเก็ดจังหวัดเชียงใหม่**. รายงานการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สุบัญญัติ ไชยชาญ.(2548). **การบริหารการตลาด**.กรุงเทพฯ:พีเอ ลีฟวิ่ง.

3. ควรศึกษาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการทางการตลาดและการท่องเที่ยวของกลุ่มอาชีพต่างๆ ในทุกอำเภอของจังหวัดชัยนาท

4. ควรมีการจัดทำชุดโครงการวิจัย (Research Program) ด้วยการเชิญนักวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนมาเป็นทีมวิจัยในลักษณะแบบครบวงจร
- นำรูปแบบการจัดการความรู้ไปใช้ในกลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชนอำเภอห้วยคาอย่างเป็นระบบ เป็นการถ่ายทอดความรู้ที่นอกกรอบอื่นๆ ด้วยวิธีการที่เป็นระบบให้มากที่สุด เกิดความรู้และประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน