

การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก
ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

THE MARKETING PROMOTION BY PARTICIPATION OF PICKLED FISH
OCCUPATION GROUP AT PHROMMAT SUB-DISTRICT, MUANG DISTRICT,
LOP BURI PROVINCE

กุลชลี พวงเพ็ชร¹ และสมพร พวงเพ็ชร²
Kulchalee Puangpejara¹ and Somporn Puangpejara²

¹อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
²นักวิชาการอิสระ

¹Instructor of Management Science Faculty, Thepsatri Rajabhat University

²Independent Academic

E-mail: koon511@hotmail.com

Received: September 5, 2019

Revised: November 23, 2019

Accepted: November 28, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และ 2) กำหนดแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ได้แก่ 1) ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 8 คนและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด จำนวน 1 คน 2) ผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษา จำนวน 3 คน 3) ลูกค้าของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ จำนวน 5 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง และ 4) สมาชิกกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ทั้งหมด จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการ ประชาพิจารณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัจจุบันการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ มีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรงในระดับปานกลาง ปัญหาสำคัญที่พบ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ สมาชิกขาดความรู้เรื่องการส่งเสริมการตลาด และการใช้เครื่องมือในการผลิต

2. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ เพิ่มสื่อโฆษณา เช่น ป้ายกลางแจ้งและขยายไปยังต่างจังหวัด พัฒนาแผนพับที่เคยทำอยู่

เดิมให้ทันสมัย ขยายการประชาสัมพันธ์ไปในเขตต่างจังหวัด และควรให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ

การส่งเสริมการตลาด การมีส่วนร่วม ปลาหมัก

ABSTRACT

The purposes of this research were to: 1) study the state and problems of promotion of pickled fish occupation group at Phrommat Sub-District, Muang District, Lop Buri Province; 2) develop the guidelines for promotion for pickled fish occupation group at Phrommat Sub-District, Muang District, Lop Buri Province using participation action research (PAR). The samples, selected by purposive sampling method, were eight government administrators and a promotion academic staff, three community leaders in the study areas, five customers and 30 members affiliated to pickled fish occupation group at Phrommat Sub-District. The qualitative research including observation, in-depth interview, focus group technique, and public hearing was employed for data collection. The qualitative data to capture categories using a content analysis.

The research findings were as follows:

1) The current state of pickled fish occupation group at Phrommat Sub-District organizes the marketing communications emphasizing on advertising using brochures and on word of mouth, whereas public relations, sales promotion, and personal selling have not been systematically implemented. With regarding to the problems of pickled fish occupation group at Phrommat Sub-District having encountered are lack of budget, lack of knowledge on promotion and using technology for promotion.

2) The guidelines for development of the promotion of pickled fish occupation group at Phrommat Sub-District, other than advertising, using brochures and word of mouth, the occupation group leaders should pay attention to billboards, radio broadcast, local newspapers and social media. In addition to other tools of promotion mix: public relations, sales promotion, and personal selling. Also encourage members of pickled fish occupation group at Phrommat Sub-District more participate in the promotion as well.

Keywords

Marketing Promotion, Participation, Pickled Fish

ความสำคัญของปัญหา

หลักการของวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มกันโดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ประสานความคิดและการทำงานของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันภายใต้หลักการร่วมกันคิดร่วมกันทำร่วมกันรับประโยชน์แต่ทั้งนี้การดำเนินวิสาหกิจชุมชนจะดำเนินไปด้วยความมั่นคงได้จะต้องมีผู้นำที่มีคุณลักษณะที่ดีและมีการแสวงหาความรู้โดยอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือจากนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์จากชุมชนอื่น อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมา พบว่า ยังประสบปัญหาด้านการตลาด (Promsakha Na Sakonnakhon & Sangkharat, 2013) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณิชฉานันท์ นิติวัตนะ (Nitiwattana, 2015) พบว่า มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอชำสูง จังหวัดขอนแก่นอยู่ในระดับปฏิบัติปานกลางและทำนองเดียวกันกับผลการวิจัยของกุลชลี พวงเพ็ชร์ สมพร พวงเพ็ชร์ และโสพิศ คำนวนชัย (Puangpejara, Puangpejara & Kumnuanchai, 2016) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น สำหรับการศึกษาการมีส่วนร่วมดำเนินงานของชุมชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนบางแห่งยังมีสภาพไม่เป็นที่พอใจ คือ สมาชิกกลุ่มยังมีส่วนร่วมในระดับปานกลางหรือระดับน้อย เช่น การศึกษาของเสาวภา สวัสดิมมงคล (Swaddimongkhon, 2011) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการประเมินในระดับปานกลางในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในระดับน้อยทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุมนา เกิดสนธิชัย (Kerdsonchai, 2007) ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีในภาพรวม อยู่ในระดับน้อยเท่านั้น

จากข้อมูลดังกล่าวมาสรุปได้ว่าการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยังมีปัญหาด้านการตลาดและปัญหาด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ และกลุ่มอาชีพปลาส้มปัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 มีลักษณะการดำเนินงานเช่นเดียวกัน คณะผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่ากลุ่มอาชีพนี้อาจมีปัญหาด้านการตลาดจึงเข้าไปทำการศึกษาเพื่อหาปัญหาวิจัยต่อไป

ปลาส้ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากปลาที่ผ่านกรรมวิธีการหมักด้วยเกลือข้าวสวยหรือข้าวเหนียวหนึ่งและกระเทียมบรรจุในภาชนะปิดสนิททำการบ่มนาน 5-7 วันจนมีรสเปรี้ยวอาจทำจากปลาทั้งตัวหรือเฉพาะเนื้อปลาก็ได้ปลาส้มจัดเป็นผลิตภัณฑ์ปลาหมักชนิดที่ได้จากการแปรรูปปลาน้ำจืดหรือในบางท้องถิ่นอาจใช้ปลาทะเล ปลาส้มแบ่งออกเป็นสี่ชนิดตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ 1) ปลาส้มตัวเป็นปลาส้มที่ทำจากปลาทั้งตัวที่ผ่านการผ่าท้องและควักไส้ออกแล้ว 2) ปลาส้มชิ้นเป็นปลาส้มที่ทำจากเนื้อปลาล้วนที่หั่นเป็นชิ้นตามขวางของลำตัวปลา 3) ปลาส้มเส้นเป็นปลาส้มที่ทำจากเนื้อปลาล้วนที่หั่นเป็นเส้น และ 4) ปลาส้มปักหรือแหนมปลาเป็นปลาส้มที่ทำจากเนื้อปลาล้วน ๆ ที่ผ่านการบดหรือการสับแล้ว ปลาส้มเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในการบริโภคอย่างมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาคเหนือและภาคกลางบางจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า ในอุตสาหกรรมการผลิตแปรรูปปลาน้ำจืดในรูปของปลาส้มมีปริมาณการผลิตประมาณ

1.35 ล้านกิโลกรัมต่อปีหรือเป็นมูลค่าประมาณ 100 ล้านบาทต่อปี (Faculty of Agro - Industry, Chiang Mai University, 2014)

จังหวัดลพบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีชื่อเสียงในการผลิตปลาสามฝักโดยใช้ปลาตะเพียน ปลาจิ้น และปลายี่สกปลาสร้อย ปลานวลจันทร์ ปลาชะโด ปลาฉลวด เมื่อปี พ.ศ. 2551 จังหวัดลพบุรีสามารถผลิตปลาสามฝัก มากถึง 30,000 กิโลกรัม และปลาสามปลาตะเพียนมากถึง 10,000 กิโลกรัม ประชาชนในตำบลพรหมมาستر จังหวัดลพบุรี มีการทำปลาสามฝักเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนหลายครัวเรือนมาเป็นเวลานาน กลุ่มอาชีพที่ทำธุรกิจปลาสามฝักที่เข้มแข็งในตำบลพรหมมาสเตอร์ ได้แก่ กลุ่มอาชีพปลาสามฝักป่าแ้วซึ่งได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ตั้งอยู่เลขที่ 45 /1 หมู่ที่ 8 ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี (Lop Buri Provincial Agriculture and Cooperatives Office, 2016) มีนายประสิทธิ์ เกิดบำรุง เป็นประธานกลุ่มทำเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีสมาชิกกลุ่ม ประมาณ 30 คน จากการสัมภาษณ์นายทรงศักดิ์ จันทร์จาด (Chanchad, 2017) สมาชิกกลุ่มอาชีพ ทราบว่า กลุ่มอาชีพปลาสามฝักป่าแ้วประกอบกิจกรรมหลักคือการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารจากปลา ได้แก่ ปลาสามฝัก แหนมปลากราย ปลาสามปลาจิ้น ปลาสาม ปลาตะเพียน ไส้กรอกปลา เป็นต้น แต่สินค้าที่ได้รับความนิยมและทำรายได้มากที่สุด ได้แก่ ปลาสามฝัก ซึ่งใช้วัตถุดิบหลักคือปลาตะเพียน และปลายี่สก สินค้ามีการวางขายในจังหวัดลพบุรีและจังหวัดในภาคกลางและภาคเหนือ มีการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า งานโอท็อป และเคยมีการส่งออกประเทศสิงคโปร์ และเกาหลีผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักตราป่าแ้ว ตำบลพรหมมาสเตอร์ เคยเป็นที่ยอมรับและได้รับการรับรองมาตรฐานให้เป็นสินค้าโอท็อประดับ 5 ดาว ตั้งแต่ปี พ. ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน และได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ ระบบประกันคุณภาพอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

จากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย และการสัมภาษณ์นายประสิทธิ์ เกิดบำรุง (Kerdbumrung, 2017) ได้ทราบข้อมูลยอดขายที่ลดลง จากเดิมกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมืองสามารถผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาสามฝัก ได้มากกว่า 1,000 กิโลกรัมต่อวันแต่ปัจจุบันการผลิตลดลงเหลือเพียง 500-600 กิโลกรัมต่อวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประสบปัญหาด้านการแข่งขัน ด้านเศรษฐกิจ และการส่งเสริมการตลาดไม่เพียงพอแต่เดิมเคยใช้การโฆษณาทางสื่อวิทยุก็เลิกใช้เนื่องจากต้องการประหยัดต้นทุนคงเหลือแต่การสื่อสารทางเฟซบุ๊ก และปากต่อปากเท่านั้น และใช้การขายโดยบุคคลน้อยส่วนใหญ่เป็นการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าประจำ และจากการสัมภาษณ์นางบังอร ศรีสุวรรณ (Sornsuvan, 2017) สมาชิกกลุ่มอาชีพ ทราบว่าในด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มในการบริหารจัดการนั้นในด้านต่าง ๆ นั้น มีค่อนข้างน้อยสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุมนา เกิดสนธิชัย (Kerdsonchai, 2007) ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยเท่านั้น

การรวมกลุ่มกันโดยยึดหลักการของวิสาหกิจชุมชนโดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ประสานความคิดและการทำงานของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันภายใต้หลักการร่วมกันคิดร่วมกันทำร่วมกันรับประโยชน์แต่ทั้งนี้การดำเนินวิสาหกิจชุมชนจะดำเนินไปด้วยความมั่นคงได้จะต้องมีผู้นำที่มีคุณลักษณะที่ดีและมีการแสวงหาความรู้โดยอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือจากนักวิชาการจาก

สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์จากชุมชนอื่น ปัญหาสำคัญที่พบ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ สมาชิกขาดความรู้เรื่องการส่งเสริมการตลาดและการใช้เทคโนโลยี สำหรับการศึกษาการมีส่วนร่วมดำเนินงานของชุมชน พบว่า วิชากิจชุมชนบางแห่งยังมีสภาพไม่เป็นที่พอใจคือสมาชิกกลุ่มยังมีส่วนร่วมในระดับปานกลางหรือระดับน้อย เช่น การศึกษาของเสาวภา สวัสดิมมงคล (Swasdimongkhon, 2011) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกวิชากิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานในระดับน้อยทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล

จากความเป็นมาและสภาพปัญหาดังกล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นที่ต้องศึกษาสภาพและปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาศร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และกำหนดแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาศร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้อง อันจะช่วยให้สมาชิกกลุ่มอาชีพผู้ผลิตปลาสามฝักตำบลพรหมมาศร์สามารถพัฒนาการส่งเสริมการตลาดให้มีรูปแบบหลากหลายและเหมาะสมกับบริบทของตนเอง สามารถส่งเสริมการขายและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินธุรกิจปลาสามฝักได้อย่างยั่งยืน

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. สภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาศร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เป็นอย่างไร
2. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาศร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาศร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาศร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

- 1) ผู้บริหารหน่วยงานและนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ปลาสามฝักหรือสินค้าโอท็อป ในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) ตัวแทนสำนักงานเกษตรจังหวัดลพบุรี 2) พัฒนาการจังหวัดลพบุรี 3) เกษตรอำเภอเมืองลพบุรี 4) สาธารณสุขจังหวัดลพบุรี 5) ผู้แทนวิสาหกิจระดับจังหวัด จำนวน 2 คน 6) ประธานโอท็อปจังหวัดลพบุรี 7) ผู้บริหารองค์การส่วนตำบลพรหมมาศร์ และ 8) นักวิชาการด้านการส่งเสริมการตลาดจำนวน 1 คน

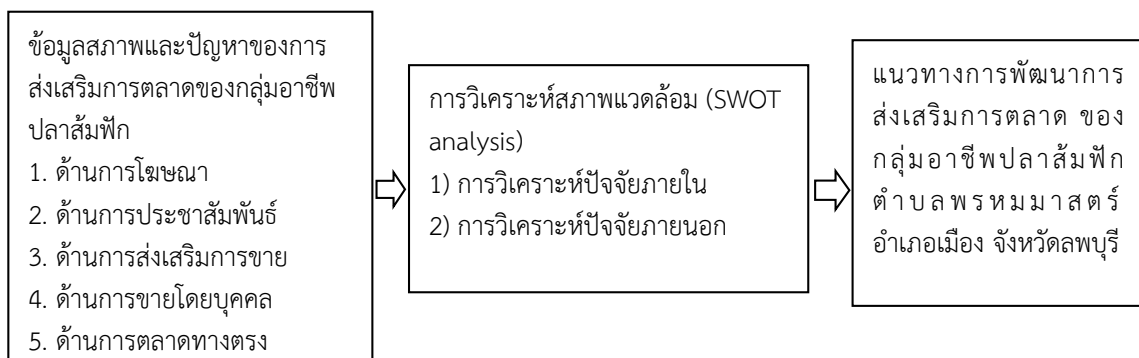
2) ผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษา โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 3 คน ได้แก่ 1) กำนันตำบลพรหมมาสเตอร์ 2) ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 8 ตำบลพรหมมาสเตอร์ และ 3) ประธานกลุ่มอาชีพปลาสามฟักตำบลพรหมมาสเตอร์

3) ลูกค้าของกลุ่มอาชีพปลาสามฟักตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 5 คน

4) สมาชิกกลุ่มอาชีพปลาสามฟักตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 30 คน

รูปแบบการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้กรอบแนวคิด ทฤษฎีการส่งเสริมการตลาดของคอตเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012) ซึ่งเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (promotional mix) ได้แก่ การโฆษณา (advertising) การประชาสัมพันธ์ (public relations) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การขายโดยบุคคล (personal selling) และการตลาดทางตรง (direct selling) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

ที่มา: คอตเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างเรื่อง การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฟัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ เป็นข้อคำถามแบบเปิดเกี่ยวกับสภาพและปัญหาการส่งเสริมการตลาด จำนวน 32 ข้อ โดยใช้สำหรับการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มอาชีพ สมาชิกกลุ่มอาชีพ และลูกค้าของกลุ่มอาชีพ

2. แบบสนทนากลุ่มแบบกึ่งโครงสร้างเรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฟัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ เป็นข้อคำถามแบบเปิดจำนวน 5 ข้อ

3. ข้อคำถามที่ใช้ในการประชาพิจารณ์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฟัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ เป็นข้อคำถามแบบเปิดจำนวน 5 ข้อ

ทั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการตลาดและด้านการวิจัย จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา สามารถนำไปใช้วัดได้ตาม

ความมุ่งหมายของการวิจัยโดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 โดยมีข้อเสนอแนะเล็กน้อยเกี่ยวกับการใช้ภาษา ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงเพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของของกลุ่มอาชีพปลา ส้มผัก ตำบลพรหมมาستر ใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา
2. การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลา ส้มผัก ตำบลพรหมมาستر ใช้วิธีการประชาพิจารณ์ โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของของกลุ่มอาชีพปลา ส้มผัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

จากการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลา ส้มผัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในกรอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ดังนี้

จุดแข็ง

1. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ในการผลิตกลุ่มอาชีพจะใช้วัตถุดิบที่ดีเน้นคุณภาพ เช่น ปลา ยี่สก และปลาจิ้งที่ใช่ทำปลา ส้มผักต้องซื้อจากโรงงานที่จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนเนื้อหมูที่ใช้ในการทำหมุย และไส้กรอกนำมาจากจังหวัดนครปฐม ที่สำคัญกลุ่มอาชีพปลา ส้มผักตำบลพรหมมาสเตอร์มีสูตรในการผลิต และรสชาติเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง
2. ลูกค้ายึดมั่นในความเป็นมืออาชีพที่ประกอบกิจการมาเป็นเวลานานมากกว่า 30 ปี ประกอบกับมีการรับรองมาตรฐานหลายอย่าง จึงเป็นการส่งเสริมการตลาดโดยตัวคุณภาพของผลิตภัณฑ์เอง
3. มีการประชาสัมพันธ์ โดยเป็นศูนย์เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลา ส้มผัก เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน นักเรียน นักศึกษาที่มีความสนใจเรียนรู้กระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังร่วมกิจกรรมกับชุมชน เช่น มีการตั้งโรงงานทอดปลา ส้มผักและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ แจกจ่ายประชาชนให้ชิมในงานทอดกฐิน งานสงกรานต์ งานวันเด็ก ช่วยเหลือผู้ป่วยวัดพระบาทน้ำพุ เป็นต้น
4. สถานที่ตั้งของกลุ่มอาชีพมีพื้นที่กว้างขวางสามารถใช้เป็นโรงงานผลิตสินค้า และเป็นจำหน่ายสินค้าด้วย โดยมีลานสำหรับการจอดรถของลูกค้าอย่างเพียงพอ
5. มีช่องทางการส่งเสริมการตลาดหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ใช้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (หนังสือพิมพ์อิสระ) วิทยุชุมชน สื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณา) สื่อออนไลน์ต่าง ๆ และการใช้ระบบปากต่อปาก
6. มีการขายโดยบุคคลโดยมีการขายหน้าโรงงาน ทางกลุ่มอาชีพจะจัดคนขายในเวลาปกติและช่วงนอกเวลา โดยจ่ายค่าตอบแทนล่วงหน้า

7. ด้านการตลาดทางตรง มีการนำสินค้าส่งให้แก่ลูกค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรี และจังหวัดใกล้เคียง เช่น สิงห์บุรี สระบุรี ปราจีนบุรี สระแก้ว กรุงเทพมหานคร เป็นต้น มีการขายผ่านไลน์ ผ่านเฟซบุ๊ก และจัดส่งโดยบริษัทขนส่งเคอรี่ หากมียอดซื้อตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป

8. ผู้นำกลุ่มอาชีพมีความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด และสามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

จุดอ่อน

1. สื่อโฆษณาบางอย่างยังไม่เพียงพอ เช่น ป้ายกลางแจ้ง แผ่นพับ เป็นต้น

2. กลุ่มอาชีพปลาสามฟักตำบลพรหมมาสเตอร์ ยังให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายน้อย เช่น การลด แลก แจก แถม ในระดับน้อย คือจะลดราคาในกรณีที่มีซื้อจำนวนมากและในเทศกาลสำคัญ เช่น ปีใหม่ เท่านั้น

3. บุคลากร (สมาชิก) มีอายุค่อนข้างสูง ขาดทักษะการใช้เครื่องมือ และมีการขาดงานกะทันหัน ส่งผลกระทบต่อการทำงานหน้าโรงงาน และการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อมีประสิทธิภาพลดลง อีกประการหนึ่งพนักงานในฝ่ายผลิตยังไม่เพียงพอ

โอกาส

1. รัฐบาล (พาณิชย์จังหวัด) ให้การสนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีการจัดงานแสดงสินค้าของจังหวัด และของส่วนราชการ เช่น งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์ และงานตลาดนัดต่าง ๆ รวมทั้งการจัดงานโอท็อปที่เมืองทองธานี ซึ่งกลุ่มอาชีพปลาสามฟักตำบลพรหมมาสเตอร์ สามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายได้เป็นการโฆษณาไปด้วย

2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้กลุ่มอาชีพสามารถขยายช่องทางการส่งเสริมการตลาดมากยิ่งขึ้น เช่น การโฆษณาทางไลน์กลุ่มของลูกค้า และผ่านเฟซบุ๊ก เป็นต้น

อุปสรรค

1. การสนับสนุนของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน บางครั้งไม่ได้ให้การสนับสนุน ในด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง ทำให้การกระจายสินค้ามีความยากและกลุ่มอาชีพต้องรับภาระในการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น

2. มีคู่แข่งชั้นมากราย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำได้ไม่ยาก อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น และการลงทุนไม่สูงมาก ทำให้กลุ่มอาชีพต้องลงทุนในด้านการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฟัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

จากการทำประชาพิจารณ์ สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฟัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีใน 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการโฆษณา

1.1 ควรมีการจัดทำแผ่นพับที่น่าสนใจและอาศัยนักออกแบบมืออาชีพเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์วาง ณ จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และออกแจกจ่ายตามเครือข่ายหรือจุดจำหน่ายสินค้าอื่น ๆ

1.2 ควรมีการโฆษณาผ่านวิทยุชุมชน และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

1.3 ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในหลายรูปแบบ ได้แก่ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ คลิปภาพและเสียง เป็นต้น

1.4 ควรมีการจัดทำแผนป้ายขนาดใหญ่ติดบนถนนสายลพบุรี-สิงห์บุรี เป็นระยะ ๆ

1.5 ควรมีการปรับปรุงแผนป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดไว้บริเวณทางเข้าโรงงานปลา
สั้มฟักตราป่าแอมว ให้มีความชัดเจนและสวยงามมากขึ้น

2. ด้านการประชาสัมพันธ์

2.1 ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารของกลุ่มอาชีพปลาสั้มฟักตำบลพรหมมาสเตอร์ โดยผ่าน
กิจกรรมพิเศษ เช่น งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์ งานแสดงสินค้าประจำจังหวัด ซึ่งนำสินค้าไป
สาธิตการปรุงเป็นอาหารสำเร็จรูป เช่น ยำหมุยอ ยำแหนม ไส้กรอกอีสานทอดแบบไม่ใช้น้ำมัน และ
ขายในราคาถูก

2.2 ควรมีการแจ้งข่าวสารการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มอาชีพปลาสั้มฟักตำบล
พรหมมาสเตอร์ ผ่านวิทยุชุมชน

2.3 ควรมีการจัดกิจกรรมบริการชุมชนและสังคม เช่น บริจาคเงินหรือสินค้าให้โครงการ
การศึกษา การกีฬาและการศาสนา เป็นต้น

3. ด้านการส่งเสริมการขาย

3.1 ควรมีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ผู้บริโภคทดลองชิมเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่น
แก่ลูกค้า และสามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น

3.2 ควรมีสินค้าขนาดทดลองจำหน่ายในราคาถูกกว่าปกติ

3.3 ควรมีการลดราคาอย่างเป็นระบบเมื่อผู้บริโภคซื้อจำนวนมากหรือในเทศกาลพิเศษ
ต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ เป็นต้น สร้างความเชื่อมั่น เชื่อถือ และให้ความเสมอภาคแก่ลูกค้า
และสามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นในระยะสั้นและระยะยาว

3.4 ควรมีของแถมให้แก่ลูกค้าผู้บริโภคเมื่อซื้อสินค้าในปริมาณที่กำหนด เพื่อเป็นการ
กระตุ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า

3.5 ควรจัดให้มีการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ

4. ด้านการขายโดยบุคคล

4.1 ควรอบรมให้พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี สามารถอธิบาย
รายละเอียด และให้คำแนะนำลูกค้าได้

4.2 ควรอบรมให้พนักงานขายมีอัธยาศัยดี มีจิตบริการ เป็นที่ประทับใจลูกค้า

4.3 ควรให้พนักงานขายแต่งกายสุภาพ อาจมีแบบฟอร์มของตนเอง

5. ด้านการตลาดทางตรง

5.1 ควรเชิญลูกค้าให้เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มไลน์มากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเป็นช่องทาง
ติดต่อสื่อสารที่ดีทางหนึ่ง สามารถกระจายข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการตลาด เรื่องการลด
แลก แจก แถม ได้โดยสะดวก และเป็นช่องทางที่มีต้นทุนต่ำ

5.2 ควรใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการตลาดทางเฟซบุ๊กมากขึ้น เพื่อจูง
ใจให้ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการบริโภค อยากลองชิม หรืออยากเป็นตัวแทนจำหน่าย
เป็นการเพิ่มปริมาณลูกค้าและยอดขาย

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอมะนัง จังหวัดลพบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอมะนัง จังหวัดลพบุรี พบว่า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการบอกต่อได้ผลดี เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ แต่ยังคงมีจุดอ่อนบางประการ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ ทำให้การส่งเสริมการตลาดไม่ต่อเนื่อง และการส่งเสริมการขายด้านการลด แลก แจก แถม ยังไม่มีระบบที่แน่นอน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเกษร วงศ์อนุพรกุล (Wong Anuponkun, 2009) ที่ทำการศึกษารื่อง แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอมะนัง จังหวัดพิษณุโลก ที่พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา มีสภาพปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญ คือ แหล่งจำหน่ายยังมียอดขายน้อย และขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนรินทร์ อรุณแสงศรี (Arungsangri, 2010) ที่ทำการศึกษารื่องการจัดการการผลิตและการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษของวิสาหกิจชุมชนบ้านโหม่น ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอมะนัง จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่พบว่า ยังมีปัญหาด้านการตลาดคือ มีการจัดจำหน่ายเฉพาะภายในหมู่บ้านใกล้เคียงและในต่างตำบลเท่านั้น และยังขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร เช่นเดียวกับกับผลการวิจัยของ กุลชลี พวงเพชร สมพร พวงเพชร และโสพิศ คำนวนชัย (Puangpejara, Puangpejara & Kumnuanchai, 2016) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

2. ผลการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอมะนัง จังหวัดลพบุรี พบว่า มีจุดแข็ง คือทำการส่งเสริมการตลาดหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ใช้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (หนังสือพิมพ์อิสระ) วิชชุชุมชน สื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณา) สื่อออนไลน์ต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์โดยบริการสังคมและชุมชน และการใช้ระบบปากต่อปาก ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของณิชา นิติวัตตะ (Nititwattana, 2015) ที่ทำการศึกษารื่อง แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอลำปาง จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นการโฆษณาไม่เกินความจริง แนะนำแบบปากต่อปาก มีการจัดแสดงสินค้ามีส่วนลดและแถมสินค้า จัดกิจกรรมเพื่อจัดคืนสู่สังคม และรู้จักแบ่งปันและรับผิดชอบในการอยู่ร่วมกันในสังคม

3. กลุ่มผู้นำกลุ่มอาชีพปลาสามฝักตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอมะนัง จังหวัดลพบุรี ควรให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานเป็นอันดับแรก โดยสร้างความเข้าใจร่วมกัน สร้างกิจกรรมเพื่อเพิ่มสร้างความสามัคคีภายในกลุ่ม เพราะจะนำมาซึ่งความร่วมมือ ร่วมใจในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ (Atip-Anan et al., 2007) ที่ศึกษารื่อง กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองที่สำคัญคือ ปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ การมีส่วนร่วม ความเสียสละ ความสามัคคี ความร่วมมือ ของสมาชิกและครอบครัว การดำเนินงานที่ต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยเสนอข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1.1 กลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี ควรจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมเพื่อการส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดทำแผนพับ การจัดทำป้ายโฆษณา การใช้วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ควรดำเนินการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล อย่างต่อเนื่อง

1.2 กลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรีควรจัดการฝึกอบรมให้แก่พนักงานด้านการผลิต การใช้เครื่องมือในกระบวนการผลิต และให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

1.3 ผู้นำกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี ควรใช้ภาวะผู้นำในการรวมพลังความสามัคคีของสมาชิกจัดกิจกรรมหรือการประชุมเพื่อแก้ปัญหาการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้สนใจควรทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักแห่งอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

2.2 ผู้สนใจควรทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

References

- Arunsangri, R. (2010). *kānchatkān kānphalit læ kāntalāt malet phan khaohōmmaliplōt sāl phit khōng wisāhakit chumchon bān mōna tambon huāiphō ‘amphōe muāng Kalasin chāngwat Kalasin* [Production and marketing management on residue-free Jusmean Rice seed of Banmon Community Enterprise Group Tambon Huaypho Amphoe Mueang Changwat Kalasin]. Independent Study, Master of Science degree Department of Agricultural Business, Khon Kaen University.
- Atip-Anan, S. et al. (2007). *konlayut kānphatthanā wisāhakit chumchon phūā kān phung ton ‘ēng* [Strategy for Community Enterprise Development For self-reliance]. Research report, Department of Agricultural Extension.
- Chanchad, S. (2017, September 30). Interview by K. Puangpejara [Tape recording]. Faculty of Agro - Industry, Chiang Mai University. (2014). *kānphalit plāsom thī mī khunnaphāp sūng* [Production of high quality pickled fish]. Retrieved from <http://www.agro.cmu.ac.th/>.
- Kerdbumrung, P. (2017, September 30). Interview by K. Puangpejara [Tape recording].

- Kerdsonchai, S. (2007). **radap kāmī sūanrūām khōng samāchik wisāhakit chumchon nai kādamnoēn ngān wisāhakit chumchon nai c̣hāngwat Pathum Thānī** [The participation in operating of member of small and micro community enterprises in pathum thani province]. Master of Arts Degree Thesis (Social Sciences for Development) Chandrakasem Rajabhat University.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). **Marketing management** (14thed.). New York: Pearson Education.
- Lop Buri Provincial Agriculture and Cooperatives Office.** (2016). Retrieved from <http://www.loburi.doae.go.th/>.
- Nititwattana, C. (2015). **næothāng kān songsoēm konlayut thāngkān talāt phāitai pratyā sēthakit phōphiāng khōng klum wisāhakit chumchon ‘amphōē sam sūng c̣hāngwat Khōn Kāēn** [Guidelines to Promote the Marketing Strategies under the Self-Sufficiency Economic Philosophy of the Community Enterprise in Samsung District, KhonKaen Province]. **Suthiparithat Journal**, 29(91), 220-238.
- Promsakha Na Sakonnakhon, T. & Sangkharat U. (2013). **næothāng kānphatthana kādamnoēn ngān khōng wisāhakit chumchon nai khēt lum thalēsāp song khla** [Development Guidelines for Small and Micro Community Enterprises in Songkhla Lake Basin]. Department of Functional Education Faculty of Liberal Arts Prince of Songkla University.
- Puangpejara, K., Puangpejara, S., & Kumnuanchai, S. (2016). **næothāng kānphatthana dān kāntalāt khōng wisāhakit chumchon: kōranī suksā wisāhakit chumchon rai sān fan tambon nikhom sāng ton ‘ēng ‘amphōē mūāng c̣hāngwat lop buri** [Guidelines for Marketing Development of a Small and Micro Community Enterprise: A Case Study of Rai San Fan Community Enterprise, Nikhom Sang Ton-eng Sub-District, Muang District, Lop Buri Province]. Lop Buri: Thepsatri Rajabhat University.
- Sornsuwan, B. (2017, September 30). Interview by K. Puangpejara [Tape recording].
- Swasdimongkhol, S. (2011). **kāmī sūanrūām nai kādamnoēn ngān khōng samāchik wisāhakit chumchon nai ‘amphōē mūāng c̣hāngwat lamphūn** [Operational Participation by Community Enterprise Members in Mueang District of Lamphun Province]. Master of Agriculture Thesis (Agriculture and Cooperatives), Sukhothai Thammathirat Open University.

Wong Anuponkun, P. (2009). *nǣothāng kānphatthanā dān kāntalāṭ khōng klum wisāhakit chumchon: kōraṇī sukṣā klum mǣbān wat c̄chan phatthanā mū thī c̄chet tambon wat c̄chan ‘amphœ̄ mūāng c̄changwat phitsanulōk* [Guidelines for marketing development of community enterprise: a case study of watchanpattana housewives’ group, Muang District, Phitsanulok province]. Master's thesis Development Strategy Program, Pibulsongkram Rajabhat University.