

การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก  
ตำบลพรหมมาستر อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

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

กุลชลี พวงเพชร<sup>1</sup> และสมพร พวงเพชร<sup>2</sup>  
Kulchalee Puangpejara<sup>1</sup> and Somporn Puangpejara<sup>2</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี  
<sup>2</sup>นักวิชาการอิสระ

<sup>1</sup>Instructor of Management Science Faculty, Thepsatri Rajabhat University

<sup>2</sup>Independent Academic

E-mail: koon511@hotmail.com

Received:	September 5, 2019
Revised:	November 23, 2019
Accepted:	November 28, 2019

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาستر 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 โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง และ 4) สมาชิกกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ทั้งหมด จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการ ประชาพิจารณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัจจุบันการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ มีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง ในระดับปานกลาง ปัญหาสำคัญที่พบ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ สมาชิกขาดความรู้เรื่อง การส่งเสริมการตลาด และการใช้เครื่องมือในการผลิต

2. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสามฝักในเขตตำบลพรหมมาสเตอร์ เพิ่มสื่อโฆษณา เช่น ป้ายกลางแจ้งและขยายไปยังต่างจังหวัด พัฒนาแผ่นพับที่เคยทำอยู่

เติมให้ทันสมัย 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 ณัชฌานันท์ นิติวัตนะ (Nitiwattana, 2015) พบว่า มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอชำสูง จังหวัดขอนแก่นอยู่ในระดับปฏิบัติปานกลางและทำนองเดียวกันกับผลการวิจัยของกุลชลี พวงเพ็ชร สมพร พวงเพ็ชร และโสพิศ คำนวนชัย (Puangpejara, Puangpejara & Kumnuanchai, 2016) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร้สานฝันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น สำหรับการศึกษาการมีส่วนร่วมดำเนินงานของชุมชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนบางแห่งยังมีสภาพไม่เป็นที่พอใจ คือ สมาชิกกลุ่มยังมีส่วนร่วมในระดับปานกลางหรือระดับน้อย เช่น การศึกษาของเสาวภา สวัสดิมมงคล (Swaddimongkhon, 2011) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการประเมินในระดับปานกลางในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในระดับน้อยทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุมนา เกิดสนธิชัย (Kerdsonchai, 2007) ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม อยู่ในระดับน้อยเท่านั้น

จากข้อมูลดังกล่าวมาสรุปได้ว่าการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยังมีปัญหาด้านการตลาดและปัญหาด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกซึ่งอยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ และกลุ่มอาชีพปลาสามฝัก ตำบลพรหมมาสาร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 มีลักษณะการดำเนินงานเช่นเดียวกัน คณะผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่ากลุ่มอาชีพนี้อาจมีปัญหาด้านการตลาดจึงเข้าไปทำการศึกษาเพื่อหาปัญหาวิจัยต่อไป

ปลาสาม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากปลาที่ผ่านกรรมวิธีการหมักด้วยเกลือข้าวสวยหรือข้าวเหนียวหนึ่งและกระเทียมบดบรรจุในภาชนะปิดสนิททำการบ่มนาน 5-7 วันจนมีรสเปรี้ยวอาจทำจากปลาทั้งตัวหรือเฉพาะเนื้อปลาก็ได้ปลาสามจัดเป็นผลิตภัณฑ์ปลาหมักชนิดที่ได้จากการแปรรูปปลาน้ำจืดหรือในบางท้องถิ่นอาจใช้ปลาทะเล ปลาสามแบ่งออกเป็นสี่ชนิดตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ 1) ปลาสามตัวเป็นปลาสามที่ทำจากปลาทั้งตัวที่ผ่านการผ่าท้องและควักไส้ออกแล้ว 2) ปลาสามชิ้นเป็นปลาสามที่ทำจากเนื้อปลาล้วนที่หั่นเป็นชิ้นตามขวางของลำตัวปลา 3) ปลาสามเส้นเป็นปลาสามที่ทำจากเนื้อปลาล้วนที่หั่นเป็นเส้น และ 4) ปลาสามฟักหรือแหนมปลาเป็นปลาสามที่ทำจากเนื้อปลาล้วน ๆ ที่ผ่านการบดหรือการสับแล้ว ปลาสามเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในการบริโภคอย่างมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือภาคเหนือและภาคกลางบางจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า ในอุตสาหกรรมการผลิตแปรรูปปลาน้ำจืดในรูปของปลาสามมีปริมาณการผลิตประมาณ

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

จังหวัดลพบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีชื่อเสียงในการผลิตปลาส้มฟักโดยใช้ปลาตะเพียน ปลาจีน และปลาเยือกปลาสรร้อย ปลานวลจันทร์ ปลาชะโด ปลาฉลาด เมื่อปี พ.ศ. 2551 จังหวัดลพบุรีสามารถผลิตปลาส้มฟัก มากถึง 30,000 กิโลกรัม และปลาส้มปลาตะเพียนมากถึง 10,000 กิโลกรัม ประชาชนในตำบลพรหมมาستر จังหวัดลพบุรี มีการทำปลาส้มฟักเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนหลายครัวเรือนมาเป็นเวลานาน กลุ่มอาชีพที่ทำธุรกิจปลาส้มฟักที่เข้มแข็งในตำบลพรหมมาสเตอร์ ได้แก่ กลุ่มอาชีพปลาส้มฟักป่าแ้วซึ่งได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 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 กลุ่มอาชีพปลาส้มฟักป่าแ้วประกอบกิจกรรมหลักคือการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารจากปลา ได้แก่ ปลาส้มฟัก แหนมปลากราย ปลาส้มปลาจีน ปลาส้ม ปลาตะเพียน ไส้กรอกปลา เป็นต้น แต่สินค้าที่ได้รับความนิยมและทำรายได้มากที่สุด ได้แก่ ปลาส้มฟัก ซึ่งใช้วัตถุดิบหลักคือปลาตะเพียน และปลาเยือก สินค้ามีการวางขายในจังหวัดลพบุรีและจังหวัดในภาคกลางและภาคเหนือ มีการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า งานโอท็อป และเคยมีการส่งออกประเทศสิงคโปร์ และเกาหลีผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพปลาส้มฟักตราป่าแ้ว ตำบลพรหมมาสเตอร์ เคยเป็นที่ยอมรับและได้รับการรับรองมาตรฐานให้เป็นสินค้าโอท็อประดับ 5 ดาว ตั้งแต่ปี พ. ศ. 2547 ถึงปัจจุบัน และได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ ระบบประกันคุณภาพอาหาร (Good Manufacturing Practice: GMP) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

จากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย และการสัมภาษณ์นายประสิทธิ์ เกิดบำรุง (Kerdbumrung, 2017) ได้ทราบข้อมูลยอดขายที่ลดลง จากเดิมกลุ่มอาชีพปลาส้มฟัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมืองสามารถผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลาส้มฟัก ได้มากกว่า 1,000 กิโลกรัมต่อวันแต่ปัจจุบันการผลิตลดลงเหลือเพียง 500-600 กิโลกรัมต่อวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประสบปัญหาด้านการแข่งขัน ด้านเศรษฐกิจ และการส่งเสริมการตลาดไม่เพียงพอแต่เดิมเคยใช้การโฆษณาทางสื่อวิทยุสารก็เล็กใช้เนื่องจากต้องการประหยัดต้นทุนคงเหลือแต่การสื่อสารทางเฟซบุ๊ก และปากต่อปากเท่านั้น และใช้การขายโดยบุคคลน้อยส่วนใหญ่เป็นการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าประจำ และจากการสัมภาษณ์นางบังอร ศรสวรรณ (Sornsuan, 2017) สมาชิกกลุ่มอาชีพ ทราบว่าในด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มในการบริหารจัดการนั้นในด้านต่าง ๆ นั้น มีค่อนข้างน้อยสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุมนา เกิดสนธิชัย (Kerdsonchai, 2007) ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยเท่านั้น

การรวมกลุ่มกันโดยยึดหลักการของวิสาหกิจชุมชนโดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ประสานความคิดและการทำงานของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันภายใต้หลักการร่วมกันคิดร่วมกันทำร่วมกันรับประโยชน์แต่ทั้งนี้การดำเนินวิสาหกิจชุมชนจะดำเนินไปด้วยความมั่นคงได้จะต้องมีผู้นำที่มีคุณลักษณะที่ดีและมีการแสวงหาความรู้โดยอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือจากนักวิชาการจาก

สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์จากชุมชนอื่น ปัญหาสำคัญที่พบ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ สมาชิกขาดความรู้เรื่องการส่งเสริมการตลาดและการใช้เทคโนโลยี สำหรับการศึกษาการมีส่วนร่วมดำเนินงานของชุมชน พบว่า วิชาทฤษฎีชุมชนบางแห่งยังมีสภาพไม่เป็นที่พอใจคือสมาชิกกลุ่มยังมีส่วนร่วมในระดับปานกลางหรือระดับน้อย เช่น การศึกษาของเสาวภา สวัสดิมมงคล (Swasdimongkhon, 2011) ที่พบว่าการศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกวิชาทฤษฎีชุมชนในอำเภอเมือง 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

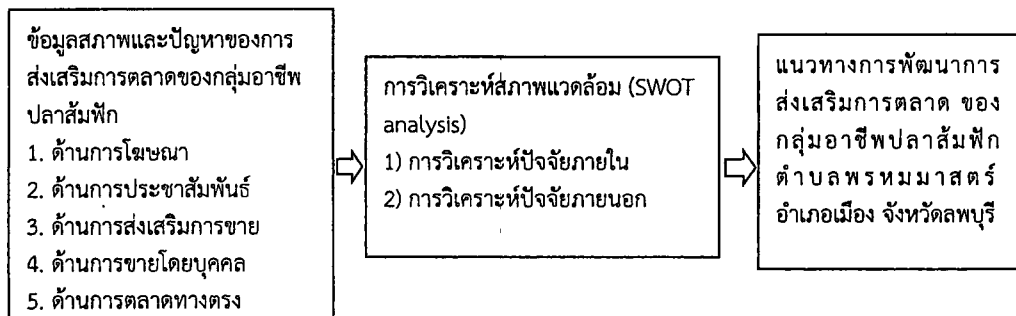
- 1) ผู้บริหารหน่วยงานและนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ปลาสามฝักหรือสินค้าโอท็อป ในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) ตัวแทนสำนักงานเกษตรจังหวัดลพบุรี 2) พัฒนาการจังหวัดลพบุรี 3) เกษตรอำเภอเมืองลพบุรี 4) สาธารณสุขจังหวัดลพบุรี 5) ผู้แทนวิสาหกิจระดับจังหวัด จำนวน 2 คน 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) ประธานกลุ่มอาชีพปลาซึ่มฟักตำบลพรหมมาสเตอร์

3) ลูกค้าของกลุ่มอาชีพปลาซึ่มฟักตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 5 คน

4) สมาชิกกลุ่มอาชีพปลาซึ่มฟักตำบลพรหมมาสเตอร์ 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 การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาซึ่มฟัก ตำบลพรหมมาสเตอร์ เป็นข้อคำถามแบบเปิดเกี่ยวกับสภาพและปัญหาการส่งเสริมการตลาด จำนวน 32 ข้อ โดยใช้สำหรับการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มอาชีพ สมาชิกกลุ่มอาชีพ และลูกค้าของกลุ่มอาชีพ

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

3. ข้อคำถามที่ใช้ในการประชาพิจารณ์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาซึ่มฟัก 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 และปลาจิ้งที่ใช้ทำปลา ส้มผักต้องซื้อจากโรงงานที่จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนเนื้อหมูที่ใช้ในการทำหมูยอ และไส้กรอกนำมาจากจังหวัดนครปฐม ที่สำคัญกลุ่มอาชีพปลา ส้มผักตำบลพรหมมาสเตอร์มีสูตรในการผลิต และรสชาติเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง
2. ลูกค้าเชื่อมั่นในความเป็นมืออาชีพที่ประกอบกิจการมาเป็นเวลานานมากกว่า 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. มีช่องทางการส่งเสริมการตลาดหลายช่องทาง 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. กลุ่มอาชีพพลาสติกตำบลพรหมมาสเตอร์ 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 ซึ่งกลุ่มอาชีพพลาสติกตำบลพรหมมาสเตอร์ สามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายได้เป็นการโฆษณาไปด้วย
2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้กลุ่มอาชีพสามารถขยายช่องทางการส่งเสริมการตลาดมากยิ่งขึ้น เช่น การโฆษณาทางไลน์กลุ่มของลูกค้า และผ่านเฟซบุ๊ก เป็นต้น

#### อุปสรรค

1. การสนับสนุนของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน บางครั้งไม่ได้ให้การสนับสนุน ในด้านการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง ทำให้การกระจายสินค้ามีความยากและกลุ่มอาชีพต้องรับภาระในการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น
2. มีคู่แข่งจำนวนมาก ราย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำได้ไม่ยาก อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น และการลงทุนไม่สูงมาก ทำให้กลุ่มอาชีพต้องลงทุนในด้านการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพพลาสติก ตำบลพรหมมาสเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

จากการทำประชาพิจารณ์ สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพพลาสติก 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 ควรมีการจัดทำแผ่นป้ายขนาดใหญ่ติดบนถนนสายลพบุรี-สิงห์บุรี เป็นระยะ ๆ

1.5 ควรมีการปรับปรุงแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดไว้บริเวณทางเข้าโรงงานปลา  
สั้มฟักตราป่าแฉ้ว ให้มีความชัดเจนและสวยงามมากขึ้น

## 2. ด้านการประชาสัมพันธ์

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

2.2 ควรมีการแจ้งข่าวสารการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มอาชีพปลาสั้มฟักตำบล  
พรหมมาستر 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 สร้างความเชื่อมั่นเชื่อถือและให้ความเสมอภาคแก่ลูกค้า  
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 การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสัมปัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของของกลุ่มอาชีพปลาสัมปัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการบอกต่อได้ผลดี เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ แต่ยังคงมีจุดอ่อนบางประการ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ ทำให้การส่งเสริมการตลาดไม่ต่อเนื่อง และการส่งเสริมการขายด้านการลด แลก แจก แถม ยังไม่มีระบบที่แน่นอน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวงศ์อนุพรกุล (Wong Anuponkun, 2009) ที่ทำการศึกษารื่อง แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา มีสภาพปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญ คือ แหล่งจำหน่ายยังมียอดขายน้อย และขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนรินทร์ อรุณแสงศรี (Arunsangsi, 2010) ทำการศึกษาเรื่องการจัดการการผลิตและการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษของวิสาหกิจชุมชนบ้านโนมน ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่พบว่า ยังมีปัญหาด้านการตลาดคือ มีการจัดจำหน่ายเฉพาะภายในหมู่บ้านใกล้เคียงและในต่างตำบลเท่านั้นและยังขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ กุลชลี พวงเพชร สมพร พวงเพชร และโสพิศ คำนวนชัย (Puangpejara, Puangpejara & Kumnuanchai, 2016) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

2. ผลการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มอาชีพปลาสัมปัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า มีจุดแข็ง คือทำการส่งเสริมการตลาดหลากหลายช่องทาง ได้แก่ ใช้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (หนังสือพิมพ์อิสระ) วิชชุชุมชน สื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณา) สื่อออนไลน์ต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์โดยบริการสังคมและชุมชน และการใช้ระบบปากต่อปาก ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของฉวีฉานันท์ นิติวัตนะ (Nititwattana, 2015) ที่ทำการศึกษารื่อง แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอลำสูง จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นการโฆษณาไม่เกินความจริง แนะนำแบบปากต่อปาก มีการจัดแสดงสินค้ามีส่วนลดและแถมสินค้า จัดกิจกรรมเพื่อจัดคืนสู่สังคม และรู้จักแบ่งปันและรับผิดชอบในการอยู่ร่วมกันในสังคม

3. กลุ่มผู้นำกลุ่มอาชีพปลาสัมปักตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี ควรให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานเป็นอันดับแรก โดยสร้างความเข้าใจร่วมกันสร้างกิจกรรมเพื่อเพิ่มสร้างความสามัคคีภายในกลุ่ม เพราะจะนำมาซึ่งความร่วมมือ ร่วมใจในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ (Atip-Anan et al., 2007) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองที่สำคัญคือ ปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ การมีส่วนร่วม ความเสียสละ ความสามัคคี ความร่วมมือ ของสมาชิกและครอบครัว การดำเนินงานที่ต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยเสนอข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1.1 กลุ่มอาชีพปลาสัมปัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี ควรจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมเพื่อการส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดทำแผ่นพับ การจัดทำป้ายโฆษณา การใช้วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ควรดำเนินการส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล อย่างต่อเนื่อง

1.2 กลุ่มอาชีพปลาสัมปัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรีควรจัดการฝึกอบรมให้แก่พนักงานด้านการผลิต การใช้เครื่องมือในกระบวนการผลิต และให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย การบริการลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

1.3 ผู้นำกลุ่มอาชีพปลาสัมปัก ตำบลพรหมมาستر อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี ควรใช้ภาวะผู้นำในการรวมพลังความสามัคคีของสมาชิกจัดกิจกรรมหรือการประชุมเพื่อแก้ปัญหาการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้สนใจควรทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอาชีพปลาสัมปักแห่งอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาอีกกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

2.2 ผู้สนใจควรทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพปลาสัมปักที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาอีกกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

## References

- Arunsangsri, R. (2010). *kañchatkañ kañphalit læ kañtalāt malet phan khāohōmmaliplōt̄ sãñ phit khoṅg wisāhakit chumchon bãn mōña tambon huāiphō ‘amphoe mūāng Kalasin c̄hangwat 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 kañphatthana wisāhakit chumchon phuā kañ 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). *kañphalit plaṣom 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 suānrūām khōṅ samāchik wisāhakit chumchon nai kādamnoēn ngān wisāhakit chumchon nai chāngwat 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** (14<sup>th</sup>ed.). New York: Pearson Education.
- Lop Buri Provincial Agriculture and Cooperatives Office. (2016). Retrieved from <http://www.lopburi.doae.go.th/>.
- Nititwattana, C. (2015). **nāoṭhāṅ kān songsoēm konlayut thāṅkān talāt phāitai pratyā setthakit phōphiāṅ khōṅ klum wisāhakit chumchon ‘amphōē sam sūṅ chāngwat 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). **nāoṭhāṅ kānphatthana kādamnoēn ngān khōṅ 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). **nāoṭhāṅ kānphatthana dān kāntalāt khōṅ wisāhakit chumchon: koṛanī suksā wisāhakit chumchon rai sān fan tambon nikhom sāṅ ton ‘ēng ‘amphōē mūāṅ chāngwat 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.
- Sornsuan, B. (2017, September 30). Interview by K. Puangpejara [Tape recording].
- Swasdimongkhon, S. (2011). **kāmī suānrūām nai kādamnoēn ngān khōṅ samāchik wisāhakit chumchon nai ‘amphōē mūāṅ chāngwat 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). *nəōthāng kānphatthanā dān kāntalāṭ khōng klum wisāhakit chumchon: kōṛanī surksā klum mæbān wat c̄chan phatthanā mū thī c̄het tambon wat c̄chan ‘amphœ mūrāng 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.