

การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี*

The Marketing Promotion by Community's Participation of Rai San Fan Community Enterprise, Nikhom Sang Ton-eng Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province

กุลชลี พวงเพ็ชร (Kulchalee Puangpejara)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 2) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน และ 3) พัฒนาแนวทางการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ได้แก่ 1) ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐจำนวน 8 คนและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ จำนวน 1 คน 2) ผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษา จำนวน 3 คน และ 3) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน จำนวน 20 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการประชุมพิจารณา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัจจุบันการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน เน้นการโฆษณาโดยใช้แผ่นพับ และการบอกต่อส่วนการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคลยังไม่ได้ทำอย่างเป็นระบบ ปัญหาสำคัญที่พบ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณสมาชิกขาดความรู้เรื่องการส่งเสริมการตลาดและการใช้เทคโนโลยี

2. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดน้อยมากทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติ ด้านการรับประโยชน์ และด้านการประเมินผล

3. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน นอกจากการใช้แผ่นพับ และการบอกต่อ ผู้นำวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันควรให้ความสำคัญต่อการจัดทำป้ายโฆษณา วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการใช้สื่อโซเชียล นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล และกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น

คำสำคัญ : การส่งเสริมการตลาด การมีส่วนร่วม วิสาหกิจชุมชน

* วัตถุประสงค์ของการเขียนบทความเพื่อการส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเองอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

** ประ.ด. สาขาบริหารธุรกิจ, รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Associate Professor Dr., School of Management Science, Thepsatri Rajabhat University,

E-mail koon511@hotmail.com, Tel+66 09571984-93

Abstract

The purposes of this research were to: 1) study the state and problems of promotion of Rai San Fan Community Enterprise at Nikhom Sang Ton-eng Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province; 2) study the participation for promotion of members of Rai San Fan Community Enterprise ;and 3) develop the guidelines for promotion for Rai San Fan Community Enterprise using participation action research (PAR). The target groups of the study, drawn by purposive sampling method, were eight government administrators and a promotion academic staff of organic farming, three community leaders in the study areas, and 20 members affiliated to Rai San Fan Community Enterprise. 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 Rai San Fan Community Enterprise 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 Rai San Fan Community Enterprise having encountered are lack of budget, lack of knowledge on promotion and using technology for promotion.

2) Member's participation in marketing communications were very low in all four aspects: decision making, practice, benefit, and evaluation.

3) The guidelines for development of the promotion of Rai San Fan Community Enterprise, other than advertising, using brochures and word of mouth, the community enterprise 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 Rai San Fan Community Enterprise more participate in the promotion as well.

Keywords: Marketing Promotion, Participation, Community Enterprise

บทนำ

หลักการของวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มกันโดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ประสานความคิดและการทำงานของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันภายใต้หลักการร่วมกันคิดร่วมกันทำร่วมกันรับประโยชน์แต่ทั้งนี้การดำเนินวิสาหกิจชุมชนจะดำเนินไปด้วยความมั่นคงได้จะต้องมีผู้นำที่มีคุณลักษณะที่ดีและมีการแสวงหาความรู้โดยอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือจากนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์จากชุมชนอื่น อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมา พบว่า ยังประสบปัญหาด้านการตลาด (ธงชัย พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รัชชานันท์ นิติวัดนะ (2558) พบว่า มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอช้างสูง จังหวัดขอนแก่นอยู่ในระดับปฏิบัติปานกลาง และทำนองเดียวกันกับผลการวิจัยของกุลชลี พวงเพ็ชร, สมพร พวงเพ็ชร, และโสพิศ คำนวนชัย (2559) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการศึกษาการมีส่วนร่วมดำเนินงานของชุมชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนบางแห่งยังมีสภาพไม่เป็นที่พอใจคือสมาชิกกลุ่มยังมีส่วนร่วมในระดับปานกลางหรือระดับน้อย เช่น การศึกษาของเสาวภา สวัสดิ์มงคล (2554) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการประเมินในระดับปานกลางในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในระดับน้อยทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุมนา เกิดสนธิชัย (2550) ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยเท่านั้น

วิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน จดทะเบียนในชื่อ วิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2548 ปัจจุบัน ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 452/2 หมู่ที่ 6 ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีสมาชิกทั้งหมด 20 คน ประกอบกิจกรรมหลักคือการทำเกษตรอินทรีย์ และนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลายประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์ข้าวธัญพืชอินทรีย์ ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง เป็นต้นได้จำหน่ายสินค้าเหล่านี้ที่ร้านค้าของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันแก่ผู้บริโภคโดยตรง มีลูกค้ามาซื้อประมาณวันละ 20-30 ราย มีการนำสินค้าวางจำหน่ายที่ห้างโลตัส จังหวัดลพบุรี และเครือข่ายอื่นๆ นอกจากนี้มีการจำหน่ายโดยใช้การสั่งซื้อทางโทรศัพท์และส่งสินค้าทางไปรษณีย์ มีรายได้เฉลี่ยประมาณวันละ 20,000 บาท

จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัย ได้รับทราบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันหลายประการโดยเฉพาะด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ พนมพร บำรุงสุข (2559) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน กล่าวว่า ยังมีการลงทุนด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์น้อยมาก อาจเป็นเพราะสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องของการส่งเสริมการตลาด จึงไม่เห็นความสำคัญและยังต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ สมพิศ พวงจำปี (2559) ผู้ดำเนินงานด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเน้นการใช้วิธีการโฆษณาแบบบอกต่อมีแผ่นพับวางไว้ที่จุดขายของไร่สานฝันเท่านั้น ส่วนการส่งเสริมการตลาดแบบอื่นๆ ยังไม่ได้ทำอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภานุวัฒน์ ก้อนทรัพย์ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อ

ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายกาดนัดผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ การไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสถียร แต่งประกอบ (2550, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่อง การดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอร่องคำ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ไม่มีการส่งเสริมการตลาดในท้องถิ่น

จากความเป็นมาและสภาพปัญหาดังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นที่ต้องศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน อันจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน มียอดขายและรายได้เพิ่มขึ้นจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

คำถามการวิจัย

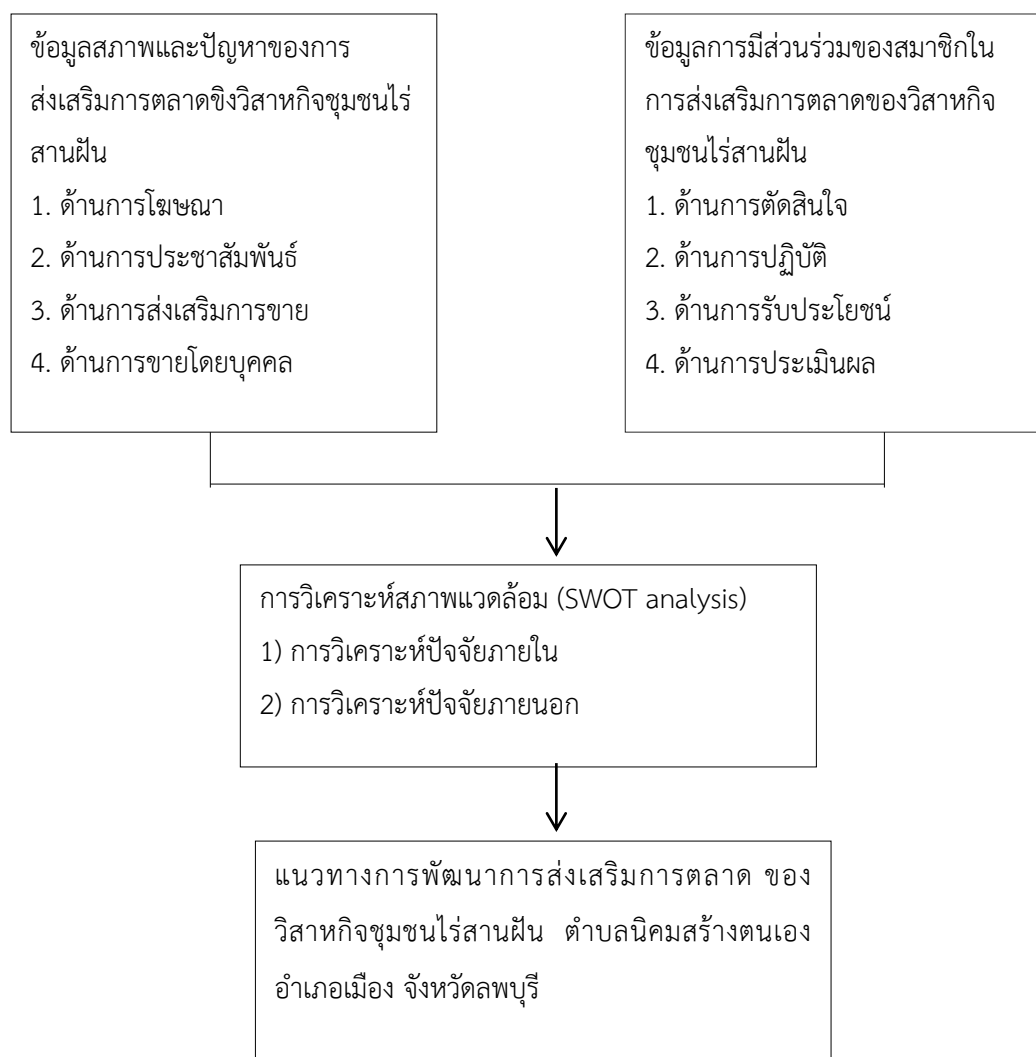
1. สภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี เป็นอย่างไร
2. การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี มากน้อยเพียงใด
3. แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี ควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี

รูปแบบการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการส่งเสริมการตลาดของแลมบ์, แฮร์ และแมคดาเนียล (Lamb, Hair, & Mc Daniel, 2003, p. 410) ซึ่งเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (promotional mix) ได้แก่ การโฆษณา (advertising) การประชาสัมพันธ์ (public relations) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) และการขายโดยบุคคล (personal selling) และใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วมของโคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen, & Uphoff, 1990, p.213) ซึ่งแบ่งการมีส่วนร่วมเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา

1. ผู้บริหารหน่วยงานและนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 9 คน ได้แก่ 1) ตัวแทนสำนักงานเกษตรจังหวัดลพบุรี 2) พัฒนาการ จังหวัดลพบุรี 3) เกษตรอำเภอเมืองลพบุรี 4) สาธารณสุขจังหวัดลพบุรี 5) ผู้แทนวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด จำนวน 2 คน 6) ประธานโอท็อปจังหวัดลพบุรี 7) ผู้บริหารองค์การส่วนตำบลนิคมสร้างตนเอง และ 8) นักวิชาการด้านการส่งเสริมการตลาดจำนวน 1 คน

2. ผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษา จำนวน 3 คน ได้แก่ 1) กำนันตำบลนิคมสร้างตนเอง 2) ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 2 ตำบลนิคมสร้างตนเอง และ 3) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนฝันโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

3. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงผู้เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนฝันทั้งหมด เนื่องจากมีจำนวนไม่มาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างเรื่อง การส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผัก เป็นข้อคำถามแบบเปิดเกี่ยวกับสภาพและปัญหาการส่งเสริมการตลาด จำนวน 31 ข้อ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 14 ข้อ

2. แบบสนทนากลุ่มแบบกึ่งโครงสร้างเรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis) ของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักเป็นข้อคำถามแบบเปิดจำนวน 4 ข้อ

3. ข้อคำถามที่ใช้ในการประชาพิจารณ์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักเป็นข้อคำถามแบบเปิดจำนวน 5 ข้อ

ทั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการตลาด และด้านการวิจัย จำนวน 5 ท่าน โดยมีข้อเสนอแนะเล็กน้อยและได้ทำการปรับปรุงเพื่อให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา

3. การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักใช้วิธีการประชาพิจารณ์ โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

จากการสังเกต พบว่า วิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักยังมีการลงทุนด้านการส่งเสริมการตลาดน้อย ผลิตภัณฑ์บางประเภทที่ต้องการสร้างยอดขายจะมีการโฆษณาโดยใช้แผ่นพับ และอาศัยวิทยุชุมชน ไร่นาสวนผักมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เว็บไซต์บ้าง แต่สื่อต่างๆ ยังขาดการพัฒนาและปรับปรุงให้ทันสมัย และไม่ดึงดูดใจลูกค้าเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปสภาพปัจจุบันและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักได้ ดังนี้

1. ด้านการโฆษณา มีการจัดทำแผ่นพับของผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ใช้กระดาษแบบธรรมดาวางที่เคาเตอร์ซึ่งยังไม่เป็นที่ดึงดูดใจลูกค้า มีการโฆษณาในวารสารด้านสุขภาพ ได้แก่ วารสารบีเวลล์ เพื่อเสนอขายอาหารเสริม ยาสมุนไพรที่สืบสานภูมิปัญญาไทยมาตั้งแต่สมัยแผ่นดิน สมเด็จพระนารายณ์ แต่ได้ยุติไปเนื่องจากค่าใช้จ่ายสูง แต่ก็ยังมีการโฆษณาทางวิทยุชุมชนบ้าง เน้นการบอกต่อเพราะเชื่อว่าสินค้าเป็นที่เชื่อถือได้

2. ด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผักไม่มีการประชาสัมพันธ์ใดๆ เนื่องจากขาดแคลนงบประมาณ

3. ด้านการส่งเสริมการขาย มีการส่งเสริมการขายโดยการแถมสินค้าให้ลูกค้ากรณีที่มียอดซื้อ 500 บาทขึ้นไป เช่น แถมแชมพูสมุนไพร หรือสเปรย์ยี่ห้ออื่น เป็นต้น บางกรณีก็มีการซื้อสองชิ้น แถมให้อีกหนึ่งชิ้น ส่วนการลดราคาสังเกตเห็นว่าผู้ขายจะลดราคาตามความเหมาะสมที่ตนเห็นสมควร แต่ยังไม่มียุทธวิธีที่แน่นอน

4. ด้านการขายโดยบุคคล ไม่มีการส่งพนักงานขายไปเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง แต่มีบริการรับคำสั่งซื้อสินค้าและส่งทางไปรษณีย์ พนักงานของไร่สานฝันมีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์บางประเภทและสามารถอธิบายลูกค้าได้พอสมควร

5. ปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ได้แก่ ไม่มีงบประมาณเพียงพอ และพนักงานขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี ไม่สามารถโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ได้มากนัก ทำให้การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อยู่ในวงแคบ

เมื่อทำการสนทนากลุ่มโดยภาคีผู้เกี่ยวข้อง และใช้เทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis) สามารถสรุปข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการบอกต่อได้ผลดี เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือ	1. ขาดแคลนงบประมาณ ทำให้การส่งเสริมการตลาดมีน้อยและไม่ต่อเนื่อง 2. สมาชิกขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี ไม่สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียได้มากนัก 3. พนักงานขายมีจิตสำนึกในการให้บริการน้อย 4. การส่งเสริมการขายด้านการลด แลก แจก แถม ยังไม่มีระบบที่แน่นอน 5. สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อย
โอกาส	อุปสรรค
1. ลูกค้าให้ความสำคัญต่อกระแสการรักษาสุขภาพ โดยเน้นการบริโภคสินค้าที่มีการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ 2. รัฐบาลให้ความสำคัญเรื่องวิสาหกิจชุมชน และเน้นการเกษตรอินทรีย์	1. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลกระทบต่อยอดขาย

ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มพบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดน้อยมากทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติ ด้านการรับประโยชน์ และด้านการประเมินผล สรุปได้ดังนี้

1. ด้านการตัดสินใจ สมาชิกมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มโครงการด้านการตลาดและการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันในระดับน้อยมาก ส่วนใหญ่การคิดริเริ่มโครงการด้านการตลาดและการส่งเสริมการตลาดจะคิดริเริ่มโดยประธานหรือผู้นำวิสาหกิจชุมชน ขาดการอภิปรายถึงปัญหาและความต้องการในการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝัน เนื่องจากไม่มีการจัดประชุมหรือหารือเพื่อขอความคิดเห็นร่วมกันในเรื่องต่างๆ

2. ด้านการปฏิบัติ สมาชิกมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทรัพยากรต่างๆ ให้กับโครงการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันในด้านแรงงานในระดับปานกลาง เมื่อมีความต้องการใช้แรงงานในการผลิตพืชผัก ผลไม้ ก็ให้ความร่วมมือโดยได้รับผลตอบแทนเป็นค่าจ้าง ส่วนการร่วมมือด้านการเงินและวัสดุอุปกรณ์นั้นไม่มี อย่างไรก็ตามสมาชิกมีส่วนร่วมในการปฏิบัติเพื่อให้โครงการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันประสบความสำเร็จ โดยใช้วิธีการบอกต่อเพื่อการโฆษณา และประชาสัมพันธ์สินค้า

3. ด้านการรับผลประโยชน์ สมาชิกมีส่วนร่วมในการร่วมรับประโยชน์ด้านวัตถุ ด้านสังคม และด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล จากโครงการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันในระดับน้อยถึงน้อยมาก

4. ด้านการประเมินผล สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินโครงการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันอย่างเป็นทางการ เช่น การร่วมประชุมเพื่อทบทวนและประเมินการทำงานที่ผ่านมา การร่วมเป็นคณะกรรมการในการประเมินผลในระดับน้อยมาก ไม่มีการกำหนดคณะกรรมการในการวิจัยและประเมินผล

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี

ผลการประชาพิจารณ์ สมาชิกและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันมาร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันสรุปได้ดังนี้

1. ควรมีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญบางประเภท และทำการส่งเสริมการตลาดที่ละกลุ่ม เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝันมีสินค้าที่นำมาจำหน่ายหลากหลายประเภท นอกจากสินค้าที่ผลิตเองแล้วยังมีการรับสินค้าฝากขายจากแหล่งเครือข่ายด้วย ทำให้เป็นการยากที่จะทำการส่งเสริมการตลาดอย่างทั่วถึง

2. ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาเพิ่มขึ้น เช่น การจัดทำแผ่นพับที่มีคุณภาพ น่าสนใจและสามารถดึงดูดผู้พบเห็นมากขึ้น มีการจัดทำป้ายโฆษณาติดประกาศเป็นระยะๆ ตามถนนสายโคกตูม-พัฒนานิคมเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ผ่านทางไปเที่ยวชมทุ่งทานตะวันและเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์

มองเห็น เกิดความสนใจและเยี่ยมชมสินค้า นอกจากนี้ควรเพิ่มการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล

3. รักษาการส่งเสริมการตลาดแบบบอกต่อ โดยรักษามาตรฐานด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คงเอกลักษณ์ความเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ไว้อย่างต่อเนื่อง

4. กำหนดระบบการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม ให้ชัดเจน โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิก และนำมาใช้อย่างสม่ำเสมอกับลูกค้าโดยทั่วกัน เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายและสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าว่า วิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันมีระบบการขายสินค้าและให้ความเสมอภาคต่อลูกค้า

5. เน้นการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อโซเชียล เพื่อเป็นการขยายข่าวสารในวงกว้าง และเป็นการประหยัดต้นทุน โดยส่งสมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่มีการให้บริการความรู้ด้านการผลิตสื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยี

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพและปัญหาของการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรีพบว่า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการบอกต่อได้ผลดี เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์น่าเชื่อถือแต่ยังคงมีจุดอ่อนบางประการ ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ ทำให้การส่งเสริมการตลาดไม่ต่อเนื่อง สมาชิกขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี ไม่สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียได้มากนัก พนักงานขายมีจิตสำนึกในการให้บริการน้อยและการส่งเสริมการขายด้านการลด แลก แจก แถม ยังไม่มีระบบที่แน่นอน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพวงเกสร วงศ์อนุพรกุล (2552, บทคัดย่อ) เรื่อง แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา มีสภาพปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญคือ แหล่งจำหน่ายยังมียอดขายน้อย และขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนรินทร์ อรุณแสงศรี (2553, บทคัดย่อ) เรื่อง การจัดการการผลิตและการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษของวิสาหกิจชุมชนบ้านโหม่น ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ยังมีปัญหาด้านการตลาดคือ มีการจัดจำหน่ายเฉพาะภายในหมู่บ้านใกล้เคียงและในต่างตำบลเท่านั้นและยังขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร เช่นเดียวกับผลการวิจัยของกุลชลี พวงเพชร, สมพร พวงเพชร, และโสพิศ คำนวนชัย (2559) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันจึงควรให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาดมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของวีณา แซ่บ่าง และศุภาดา เอี่ยมรัตนกุล (2560) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ “สลัดถาดพร้อมทาน” ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ “สลัดถาดพร้อมทาน” ของโครงการหลวง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่ สานฝันตำบล นิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีพบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการตลาดในระดับน้อยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติ ด้านการรับประโยชน์ และด้านการประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของบัณฑิต วิริยะเจริญกิจ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวฮางบ้านโคกสว่าง ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร พบว่า มีปัญหาในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ การดำเนินงานของกลุ่มยังไม่เป็นระบบ ไม่มีทักษะหรือความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ แนวทางการดำเนินงานของกลุ่มที่เป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงาน การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ขาดการประสานงานระหว่างฝ่ายการบริหารกับสมาชิกกลุ่ม ขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และการวางแผนด้านการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวภา สวัสดิ์มงคล (2554) ที่พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการประเมินในระดับปานกลางในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานในระดับน้อยทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล เช่นเดียวกับผลการวิจัยของสุนา เกิดสนธิชัย (2550) ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยเท่านั้น ในความเห็นของนักวิจัยเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนที่ประสบกับปัญหาการมีส่วนร่วมของสมาชิก อาจเนื่องมาจากสมาชิกไม่มีความต้องการรวมกลุ่มกันอย่างจริงจัง เพียงแต่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในชุมชนมีความต้องการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนตามนโยบายของรัฐเพื่อต้องการความช่วยเหลือด้านงบประมาณเท่านั้น

3. กลุ่มผู้นำวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันควรให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานเป็นอันดับแรก โดยสร้างความเข้าใจร่วมกัน สร้างกิจกรรมเพื่อเพิ่มสร้างความสามัคคีภายในกลุ่ม เพราะจะนำมาซึ่งความร่วมมือ ร่วมใจในทุกๆ ด้าน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ (2550) เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองที่สำคัญคือปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ การมีส่วนร่วม ความเสียสละ ความสามัคคี ความร่วมมือ ของสมาชิกและครอบครัว การดำเนินงานที่ต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภชัย เหมือนโพธิ์ (2560) เรื่อง การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ SCPD Integrated Model กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม แบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน อีกทั้งมีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถ ได้รับการยอมรับจากคนในชุมชน ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 วิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผืนควรจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการตลาดในหลากหลายรูปแบบ เช่น การจัดทำแผ่นพับ การจัดทำป้ายโฆษณา การใช้วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ควรส่งเสริมการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล

1.2 วิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผืนส่งสมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี เพื่อสามารถจัดทำสื่อโซเชียลได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

1.3 วิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผืนควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสินค้าบางประเภท เช่น ข้าว น้ำผลไม้ พร้อมดื่ม โดยแสดงตราสินค้าของไร่นาสวนผืนอย่างชัดเจน มีความทันสมัยและดึงดูดใจลูกค้า เพราะช่วยในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

1.4 ผู้นำวิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผืนควรใช้ภาวะผู้นำในการรวมพลังความสามัคคีของสมาชิก จัดกิจกรรมหรือการประชุมเพื่อแก้ปัญหาการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแห่งอื่นๆ ที่ประสบปัญหาด้านการจัดการตลาด

2.2 ควรทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ เพื่อหาแนวทางแก้ไข

2.3 ควรทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่วิสาหกิจชุมชนไร่นาสวนผืนต้องการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กุลชลี พวงเพ็ชร์, สมพร พวงเพ็ชร์, และโสฬศ คำนวนชัย. (2559). *แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนไร่สวนฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี*. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ณัฏชนันท์ นิติวัดนะ. (2558, กรกฎาคม-กันยายน). *แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอช้างสูง จังหวัดขอนแก่น*. วารสารสุทธิปริทัศน์. 29 (91).
- ธงชัย พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา*. ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บัณฑิต วัริยะเจริญกิจ. (2558). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวฮางบ้านโคกสว่าง ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขารัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- พวงเกสร วงศ์อนุพรกุล. (2552). *แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ภาณุวัฒน์ ก้อนทรัพย์. (2551). *ความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายภาคใต้ผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่*. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รุ่งนรินทร์ อรุณแสงศรี. (2553). *การจัดการการผลิตและการตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษของวิสาหกิจชุมชนบ้านโหม่น ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วีณา แซ่บ่าง และศุภชาติเอี่ยมรัตนกุล. (2560). “การสำรวจตลาดเพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ “สลัดถาดพร้อมทาน” ของโครงการหลวง”. Veridian E-Journal, Silpakorn University 10, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม): 1885-1900.
- ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2560). “การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ SCPD Integrated Model กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม. ”. Veridian E-Journal, Silpakorn University 10, 1 (มกราคม-เมษายน): 1698-1711.
- เสถียร แต่งประกอบ. (2550). *การดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอร่องคำ จังหวัดกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เสาวภา สวัสดิมวณ. (2554). *การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง*

จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต (เกษตรศาสตร์และสหกรณ์)

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ. (2550). *กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองปี 2550.*

รายงานการวิจัยกรมส่งเสริมการเกษตร.

สุนนา เกิดสนธิชัย. (2550). *ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนใน*

จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา)

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

ผู้ให้ข้อมูล

พอบัน สุดสงวน. (2560, ธันวาคม 15). ผู้นำชุมชนในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน. สัมภาษณ์.

พนมพร บำรุงสุข. (2559, มิถุนายน 25). ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน. สัมภาษณ์.

พนมพร บำรุงสุข. (2560, มีนาคม 10). ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน. สัมภาษณ์.

ภาสกร รอดแสง. (2560, มิถุนายน 25). ตัวแทนนักวิชาการ. สัมภาษณ์.

สมพิศ พวงจำปี. (2559, มิถุนายน 25). สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน. สัมภาษณ์.

อมรพรรณ มุนี. (2560, กุมภาพันธ์ 12). ตัวแทนผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง. สัมภาษณ์.

อิทธิพลศรีเพชร. (2560, ธันวาคม 15). ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน. สัมภาษณ์.

ภาษาต่างประเทศ

Cohen, J.M. & Uphoff, N.T. (1990). *Rural development participation*. New York: McGraw-Hill.

Lamb, C.W., Hair, J.F., & McDaniel, C. (2003). *Essentials of marketing*. (3rd ed.). Canada: South-Western.