

การพัฒนาารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุณ
จังหวัดมหาสารคาม

**Model Development of Marketing Mix Styles of Community
Enterprises Medicinal Plants Group, Nong Khu Subdistrict,
Na Dun District, Maha Sarakham Province**

กุลริศา คำสิงห์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Kulrisa Khumsing
Maha Sarakham Rajabhat, Thailand
E-mail: newkae99@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุณ จังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุณ จังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อสร้างและพัฒนาารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุณ จังหวัดมหาสารคาม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างกลุ่ม

วันที่รับบทความ: 6 เมษายน 2563; วันที่แก้ไขบทความ 23 เมษายน 2563; วันที่ตอบรับบทความ: 27 เมษายน 2563

Received: April 6, 2020; Revised: April 23, 2020; Accepted: April 27, 2020

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการศึกษาบริบทท้องถิ่นและสภาพปัญหาในการปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม โดยโครงสร้างของกลุ่มประกอบไปด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ และที่ปรึกษากลุ่ม ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน กลุ่มมีการเก็บสมุนไพรในป่าชุมชนมาใช้ประโยชน์ โดยมีให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อมและไม่เป็นการทำลายสมุนไพรในป่า และองค์การบริหารส่วนตำบลหนองคูได้จัดทำโครงการส่งเสริมกลุ่มอาชีพให้เกษตรกรในตำบลเพื่อเพิ่มรายได้ในครัวเรือน โดยน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการปลูกเพื่อไว้ใช้ประโยชน์ในครัวเรือน เหลือจากการใช้ประโยชน์ก็นำออกจำหน่าย เมื่อจำหน่ายสมุนไพรสดแล้วก็พัฒนามาเป็นการแปรรูป เพราะสมาชิกบางรายรวมสมุนไพรไม่ทันทำให้สมุนไพรสดตกค้าง กลุ่มจึงนำมาแปรรูปเป็นสมุนไพรแคปซูล ซึ่งจากการสอบถามเรื่องการพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ยังไม่มีจุดเด่นหรือแตกต่างจากคู่แข่งและเป็นที่ต้องการของตลาด การกำหนดราคาเป็นการตั้งราคาต่ำทำให้รายได้ของกลุ่มนั้นต่ำไปด้วย แต่ในการนำไปจำหน่าย ยังมีจุดอ่อนเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและไม่มีโดดเด่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นที่ดึงดูดใจผู้บริโภค

2. ส่วนประสมทางการตลาดกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตำบลหนองคู อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือการส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการในการทำงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาด; สมุนไพร; วิสาหกิจชุมชน

Abstracts

The purposes of the research were to 1) investigate contextual study, problems and obstacles in managing marketing mix of the entrepreneurs of herbal community enterprises in Nongku Sub-district, Nadoon District, Mahasarakham Province, and 2) to design and develop a model of marketing mix for the entrepreneurs of herbal community enterprises in Nongku Sub-district, Nadoon District, Mahasarakham Province. Mixed research was employed for the study. The qualitative research focused on collecting the data by unstructured interview thirty members of the herbal community enterprises in NongkuSub-district ,Nadoon District, Mahasarakham Province. The quantitative data was collected by a questionnaire from one hundred and

twenty members of the herbal community enterprises in Nongku Sub-district, Nadoon District, Mahasarakham Province. The statistics used were the percentage, frequency, mean, and standard deviation. Structural Equation Model (SEM) .

The research Results were:

1. The study showed that the structure of the herbal community enterprises in Nongku Sub-district, Nadoon District, Mahasarakham Province consisted of a chairman, vice chairmen, secretary, a treasurer and senior advisor. Roles and responsibilities were assigned clearly for all members of the herbal community enterprise board. The herbs were collected from local community forests without destroying forest. Additionally, the Nongku Sub-district Administrative organization set up a project on increasing income of farmers based on the Sufficiency Economy Philosophy. The farmers grew herbal plants for their family and sales. The farmers developed the herbal products for sales. However, they encountered high-quality products for marketing competition, and base point pricing, and packaging. The research-based knowledge included a model of marketing mix management for the entrepreneurs of herbal community enterprises in Nongku Sub-district, Nadoon District, Mahasarakham Province consisting of marketing promotion, price products channel physical description officers and work process, development of marketing mix management for the entrepreneurs and guidelines for improving performance efficiency of the entrepreneurs of herbal community enterprises in Nongku Sub-district, Nadoon District, Mahasarakham Province.

2. The research results indicated that the overall marketing mix of the entrepreneurs of herbal community enterprises in Nongku Sub-district, Nadoon District, Mahasarakham Province was at a high level. The seven high rated items of the marketing mix were marketing promotion, price, products, channel, physical description, officers and work process respectively.

Keywords: Developing a Model of Marketing Mix; Herbs; Community Enterprises

บทนำ

ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพของสินค้า การออกแบบฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งหากกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ ผู้บริโภคยอมซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น (เรนัส เสริมบุญสร้าง และคณะ, 2543 : 27) โดยการตั้งราคาจะต้องพิจารณาเรื่อง ราคาสินค้า ส่วนลด ส่วนยอมให้ และเงื่อนไขการชำระเงิน ด้าน

การจัดจำหน่ายให้มีความสำคัญเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้ง และการขนส่ง (อรรพรรณ จาพุดและคณะ, 2550 : 5) ด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวข้องกับการโฆษณา การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม การขายโดยพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง สิ่งสำคัญในการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ร่วมกันคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจของคนในชุมชนจึงจะประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดด้านการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ตัวแปรต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาผสมผสานกันสร้างเป็นกรอบแนวคิดให้เหมาะสมกับบริบทชุมชน สอดคล้องกับรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตำบลหนองคู โดยแบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการในการทำงาน ลักษณะทางกายภาพ โดยใช้กระบวนการการมีส่วนร่วมในการศึกษาการดำเนินงานพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาด และประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลหนองคู เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลนาาคูเป็นกลุ่มชุมชนเข้มแข็ง เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชน ได้จัดทำโครงการส่งเสริมกลุ่มอาชีพให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู และเกษตรกรในตำบล เพื่อเพิ่มรายได้ในครัวเรือนโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ปัจจุบันมีกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ครอบคลุม ทั้ง 14 หมู่บ้านในเขตตำบลหนองคู การบริหารกลุ่ม มีการประชุมปีละ 3 ครั้งการประชุมสัมพันธ์กลุ่มเข้าร่วมสัมมนากับหน่วยราชการ ร่วมกิจกรรมวันสตรีสากล ส่งผลิตภัณฑ์ประกวดและจำหน่ายในงานเทศกาลต่างๆในระดับอำเภอ จังหวัด และนำผลิตภัณฑ์ไปสาธิตตามเทศกาลหรือหน่วยงานที่ขอมาการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เงิน SML ของหมู่บ้าน ได้รับการสนับสนุนเงินกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีตำบลหนองคูและสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม

ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร สมาชิกมาประชุมไม่ตรงต่อเวลาและไม่พร้อมเพรียงกัน บางครั้งก็ขาดการประชุม เนื่องจากต้องประกอบอาชีพประจำวัน ขาดเครื่องมือในการผลิตที่ทันสมัย การแปรรูปไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และไม่ผ่านการอาหารและยา (อย.) ขาดการดูแลช่วยเหลือจากภาครัฐและไม่ต่อเนื่อง ขาด

งบประมาณ และยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรุก ขยายตลาดในผลิตภัณฑ์เดิม ขยายตลาดในผลิตภัณฑ์ใหม่ บริหารจัดการรวบรวมวัตถุดิบในชุมชน บริหารจัดการหาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานในการประสานงานกับกลุ่มอื่น ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข เชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต ส่งเสริมชุมชนให้มีการปลูกสมุนไพรมากขึ้น ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงป้องกันพัฒนาคุณภาพการผลิตที่ถูกสุขลักษณะเป็นไปตามหลักสุขาภิบาลโรงงาน ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงวิกฤตเพิ่มเครื่องจักรที่ทันสมัย การส่งเสริมการตลาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากการศึกษา พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากสินค้าชุมชนไม่มีความหลากหลาย ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริโภคไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ ขาดสื่อประเภทต่างๆในการสร้างการรับรู้ และกระตุ้นความต้องการสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งปัญหาดังกล่าวสามารถแก้ไขได้โดยใช้การดำเนินงานด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ Kotler & Keller (2009 : 88) กล่าวว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมประกอบด้วย การศึกษากลุ่มเป้าหมาย วางตำแหน่งสินค้า และกำหนด กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด การวางแผนพัฒนาชุมชน (ณรัชชอร์ (ณัฐนรี) ศรีทอง, 2554 : 94) และการประเมินผลแบบมีส่วนร่วมซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์หลักของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องใช้กลยุทธ์การตลาดเป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินงาน โดยหากกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนำเอาแนวคิดด้านการตลาดมาปรับปรุงการดำเนินงาน ก็จะสามารถประสบความสำเร็จได้

จากความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาการพัฒนาารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชตำบลหนองคู อำเภอนาइन จังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำผลการศึกษาใช้พัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชตำบลหนองคู ภายใต้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลหนองคู กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดใกล้เคียงให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเอกสาร แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการทำงาน และด้านลักษณะทางกายภาพและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู จำนวน 1 คน สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 24 คน เจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ พัฒนาชุมชนชำนาญการอำเภอนาตุน จำนวน 1 คน นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการอำเภอนาตุน จำนวน 1 คน หัวหน้าส่วนสวัสดิการสังคมอำเภอนาตุน จำนวน 1 คน หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1 คน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองคู จำนวน 1 คน

1.2 การวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ สมาชิกผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 120 คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (องค์การบริหารส่วนตำบลหนองคู, 2560 : 2)

2. ขั้นตอนการสร้างและการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

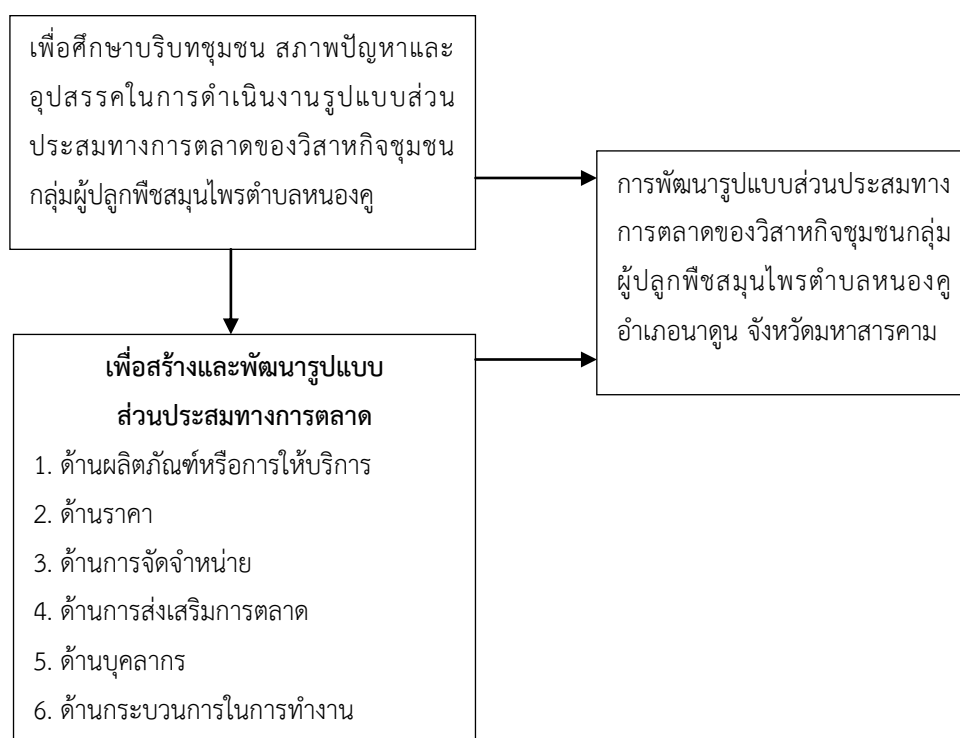
2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 การทดสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือโดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบภาษา เนื้อหา สถิติ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข

2.3 การทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 กลุ่ม เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาสัมประสิทธิ์ Alpha ของ Cronbach's Coefficients Alpha ซึ่งค่าจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .335-.858 และ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.934

2.4 สันทนากลุ่ม เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม นำเสนอผลการวิจัย และเผยแพร่การวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุ้ม จังหวัดมหาสารคาม ปรากฏ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุ้ม จังหวัดมหาสารคาม

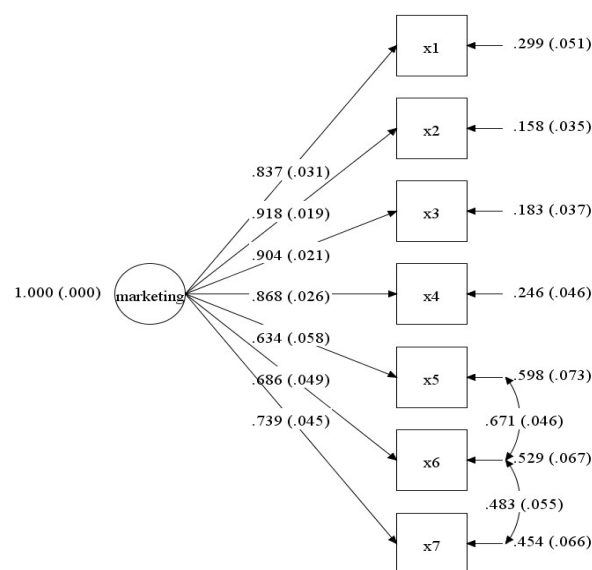
ชุมชนตำบลหนองคูมีการปลูกพืชสมุนไพรจึงเป็นปัจจัยที่เป็นจุดแข็งภายในของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนมีการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบต้องมีการตรวจสอบวัตถุดิบให้มีคุณภาพ มีแหล่งวัตถุดิบที่ใกล้แหล่งผลิต มีการตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมสำหรับใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มีความเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และประหยัดต้นทุนการผลิต มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยตรงตามความต้องการของลูกค้า สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร สามารถดำเนินการได้อย่างเข้มแข็งมั่นคง ในการพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดภาครัฐต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีความเจริญก้าวหน้า สามารถแข่งขันกับระบบการค้าเสรีได้ มีการพัฒนาในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรจะต้องมีการศึกษากลยุทธ์รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรในตำบลหนองคู นำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการด้านการตลาดให้เป็นรูปธรรม มีหน่วยงานของภาครัฐที่จะต้องดูแลรับผิดชอบโดยตรงกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร มีการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตรวจสอบ ติดตามผล มีการประเมินผลเพื่อดูความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง มีการให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด หรืออบรมในประเด็นสำคัญๆ ให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแต่ละประเด็นกลยุทธ์และแผนหรือโครงการ สำหรับการดำเนินการแก้ปัญหา ให้ตรงจุดและตรงตามความจำเป็น เพื่อความสำเร็จในการจัดการทางการตลาด

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและระดับส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุ้ม จังหวัดมหาสารคาม

2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตำบลหนองคู อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 48.33 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 สถานภาพสมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ ส่วนประสมทางการตลาดกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตำบลหนองคู อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.26, S.D. = 0.60)

2.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการทำงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ ดังแผนภาพที่ 1



$\chi^2 = 24.908$, $df = 12$, $\chi^2 / df = 2.075$, $p\text{-value} = 0.0153$, $CFI = 0.983$, $TLI = 0.971$, $RMSEA = 0.065$, $SRMR = 0.038$

ภาพที่ 1 องค์ประกอบเชิงยืนยันของส่วนประสมทางการตลาด

จากแผนภาพที่ 1 พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างของส่วนประสมทางการตลาด ค่าไค-สแควร์ ($\chi^2 = 24.908$) มีค่าเท่ากับ 24.908 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 12 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.0153 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ($\chi^2 / df = 2.075$) มีค่าเท่ากับ 2.075 CFI มีค่าเท่ากับ 0.983 TLI มีค่าเท่ากับ 0.971 RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.065 SRMR มีค่าเท่ากับ 0.038

3. สร้างและพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม พบว่ามีปัญหาการพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีความเจริญก้าวหน้า สามารถแข่งขันกับระบบการค้าเสรีได้ มีการพัฒนาในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรจะต้องมีการศึกษากลยุทธ์รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรในตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม ที่ผู้วิจัยได้ศึกษามาแล้วเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการบริการจัดการด้านการตลาดให้เป็นรูปธรรม มีหน่วยงานของภาครัฐที่จะต้องดูแลรับผิดชอบโดยตรงกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร มีการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตรวจสอบ ติดตามผล มีการประเมินผลเพื่อดูความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง มีการให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด หรืออบรมในประเด็นสำคัญๆ ให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบทชุมชน สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตำบลหนองคู อำเภอนาตุน จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการในการทำงาน ตามลำดับ

สอดคล้องกับงานวิจัยบุญศรี พรหมมาพันธุ์ (2548 : 102) ศึกษาบทบาทบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะภาคเหนือ พบว่า สหกรณ์มีบทบาทอยู่ 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการสร้างทรัพยากรบุคคล ด้านการแบ่งปันผลประโยชน์ และด้านการประสานงานต่อรอง สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสหกรณ์ในด้านต่างๆ คือ ด้านการวิเคราะห์ปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินการ ด้านการรับผลประโยชน์ ส่วนด้านการประเมินผลการดำเนินงานของสหกรณ์ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทั้งนี้อาจเนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ด้านการส่งเสริมการตลาด ธุรกิจมีส่วนลดให้กับสมาชิกที่มาซื้อและชักชวนผู้อื่นมาซื้อ มีการส่งเสริมการขายโดยการโฆษณา การให้ราคาพิเศษกับลูกค้าที่เป็นสมาชิก ด้านราคา มีความเหมาะสมต่อคุณภาพและปริมาณ ราคามีความเป็นธรรม ด้านผลิตภัณฑ์ พืชสมุนไพรได้รับความสนใจจากลูกค้ามากกว่าสินค้าทั่วไป พืชสมุนไพรที่ปลูกมีปริมาณที่เพียงพอสำหรับลูกค้าและมีให้เลือกหลากหลายชนิดในท้องตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีสาขาที่เพียงพอในการจัดจำหน่าย มีเว็บไซต์ที่เข้าถึงง่ายและบริการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตสามารถสั่งซื้อได้ที่บ้าน ด้านลักษณะทางกายภาพ สถานที่มีป้ายบอกทางเข้าออกที่ชัดเจน มีที่จอดรถสะดวกสบาย ด้านบุคลากร พนักงานอำนวยความสะดวกได้ดี มีบริการที่สุภาพเรียบร้อย มีความเป็นกันเองให้บริการแบบญาติ และด้านกระบวนการในการทำงาน มีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพสินค้าและบริการที่เป็นมาตรฐานสร้างความเชื่อมั่น กระบวนการผลิตสินค้าและบริการจะต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีระบบขั้นตอนในการซื้อ-ขายที่รวดเร็ว

2. สร้างและการพัฒนารูปแบบประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาหว้า จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมแต่ละด้านมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์สอดคล้องงานวิจัยของอารักษ์ เอี่ยมจ้อย (2550 : 115) การศึกษาแนวทางการดำเนินงาน โครงการสนับสนุนการพัฒนา อุตสาหกรรมชนบท (สอช) พบว่า ร้อยละ 38.73 ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนส่วนอีกร้อยละ 61.22 ต้องมีการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ และเมื่อศึกษาถึงตัวชี้วัดความสำเร็จด้านประโยชน์ที่ชุมชนได้รับเท่านั้น โดยในส่วนของตัวชี้วัด ในการดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จน้อย ต้องปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม คือ มีตัวชี้วัดความสำเร็จ ด้านการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการดำเนินธุรกิจทั้งนี้อาจเป็นเพราะการ

สร้างแบบจำลองสมมติฐานความสัมพันธ์โครงสร้างของรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู อำเภอนาइन จังหวัดมหาสารคาม ครั้งนี้อยู่บนฐานของผลการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ แนวคิดทฤษฎี ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลสภาพจริงเกี่ยวกับรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการในการทำงาน ลักษณะทางกายภาพ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และนักวิชาการ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้สร้างสมมติฐานการวิจัยและแบบจำลองสมมติฐานความสัมพันธ์โครงสร้าง จากแนวปฏิบัติดังกล่าวทำให้แบบจำลองสมมติฐานความสัมพันธ์โครงสร้างมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ประกอบกับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์จากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคูของกลุ่มตัวอย่าง ครั้งนี้ได้ดำเนินการสร้างตามกระบวนการสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย กล่าวคือ มีการศึกษาข้อมูล กำหนด กรอบแนวคิดของการวิจัย ให้นิยามศัพท์ตัวแปรที่ศึกษา สร้างแบบสอบถาม ทดลองใช้และหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยตามหลักการวิจัย และคัดเลือกข้อคำถามที่มีคุณภาพตามเกณฑ์กำหนดไว้ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบกับการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู จำนวนมากกว่าที่ต้องการ จึงได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพรตำบลหนองคู เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอที่ได้จากการวิจัย

- 1.1 ด้านการผลิต ควรมีแหล่งวัตถุดิบที่ใกล้แหล่งผลิต
- 1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ในการเตรียมวัตถุดิบต้องควรมีการตรวจสอบวัตถุดิบให้มีคุณภาพ
- 1.3 ควรมีการตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมสำหรับใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- 1.4 ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของลูกค้า

1.5 ควรมีการพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีความเจริญก้าวหน้า สามารถแข่งขันกับระบบการค้าเสรีได้ มีการพัฒนาในทุกด้าน

1.6 ควรมีการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตรวจสอบ ติดตามผล มีการประเมินผลเพื่อดูความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

1.7 ควรมีการอบรมให้ความรู้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร

1.8 ควรปรับปรุงในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1.9 ควรเน้นองค์ความรู้ ได้แก่ เกณฑ์การเลือกและตรวจสอบผู้ค้า การแบ่งปันแรงงาน การตรวจสอบความต้องการซื้อวัตถุดิบ ข้อมูลผู้ค้าวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่ม การร่วมปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน การผลิตสำรอง ความรู้การบริหารจัดการ และความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและมาตรฐานสินค้าและ เน้นฝึกทักษะให้กับสมาชิกในองค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเชิงนโยบายโดยนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาการบริหารจัดการและการตลาดที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนหาแนวทางเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับผลการวิจัยและประเมินผล

เอกสารอ้างอิง

- ณรัชชอร์ (ณัฐนรี) ศรีทอง. (2554). *การบริหารงานพัฒนาชุมชนเชิงยุทธศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- บุญศรี พรหมมาพันธุ์. (2548). *บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะภาคเหนือ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เรนัส เสริมบุญสร้าง และคณะ. (2543). *การตลาดของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูประยะที่ 1*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- องค์การบริหารส่วนตำบลหนองคู. (2560). *ข้อมูลทั่วไป*. มหาสารคาม: องค์การบริหารส่วนตำบลหนองคู

- อรรรรณ จาพุด และคณะ. (2550). *แนวทางการพัฒนาการตลาดของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย*. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- อารักษ์ เอี่ยมจ้อย. (2550). *การศึกษาแนวทางการดำเนินงานโครงการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมชนบท (สอช)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานอุตสาหกรรม.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. (13th ed). New Jersey: Prentice Hall.