



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรี
บ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

The Development of Marketing Strategy in Sandalwood Flower
Banwangbod, Tambon Thepnakhon, Amphoe Muang, Kamphaeng Phet Province

ศิริพร โสมคำภา¹ กุลนารี สังคอง² ธาเรรัตน์ อินเมฆ³ สายสมร เหลลาทอง⁴ และ น้ำทิพย์ มลจิราพงษ์⁵
Siriporn Somkhumpa¹, Kunnaree Sungkong², Thareerat Inmek³, Saisamon Laothong⁴
and Namthip Monjirapong⁵

¹ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

^{2,3,4} บธ.บ(การเงินและการธนาคาร) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

⁵ ประธานกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ หมู่ 1 ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มลูกค้ากลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ 2) เพื่อศึกษาการผลิตและการตลาดดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ 3) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มลูกค้า จำนวน 191 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 114 คน และเพศชาย จำนวน 77 คน มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 69 คน ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม จำนวน 69 คน มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 59 คน ระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาผู้ให้ข้อมูลเคยซื้อผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ จำนวน 7 คน เกล็ดขนและสีของดอกไม้จันทน์ ทั้ง 3 รูปแบบ (ดอกโบราณ ดอกคาร์เนชัน ดอกกุหลาบ) ราคาที่จำหน่ายของดอกเดี่ยวและช่อ (ดอกโบราณ 0.80 บาท ดอกคาร์เนชัน 1 บาท ดอกกุหลาบ 1 บาท) และช่อละ 15 บาท ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับราคาในปัจจุบัน ผลการศึกษาสภาพด้านการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ พบว่า ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ / การตลาด / การผลิต

Abstract

This research aims to 1) to study the general condition of women's groups, church groups, customers, Wang 2) to study the production and marketing of women's group, the Chan flower Wang 3) Church to analyze the approach to developing marketing strategies of the women's group, the Chan flower Wang church. The tool used was a questionnaire and statistics used in the analysis of data is an average value and standard deviation percent. The data collected from the questionnaire of the customer group number of 191 people found that the majority of respondents are female, number 114 people and males, the number of people aged 41-50 years number 77 69 people and agricultural careers. The number of people with an income 10,001-15,000 69 baht 59 people duration 3 years ago, bought the product, sandalwood flowers. The number 7 people, and the color of the flower-Chan all 3 formats (ancient flower, carnations, Roses), the price of a single flower and bouquet (ancient 0.80 baht 1 baht, carnations, roses and bouquets of 15 baht 1 baht each, agree with current prices. The results of a study of the marketing of a women's group in the Chan Interestingly, Wang church. It found that overall picture there are reviews in most levels. When considering a list of aspects found to product reviews, ranks second to the pricing, distribution and marketing, respectively.



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Keywords: Strategy / Marketing / Production

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจชุมชนเป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้และนำภูมิปัญญาของตนมาประยุกต์ใช้ และยังเป็น การส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดซึ่งกันและกันตลอด จึงทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการนำเอาแนวทางทางเศรษฐกิจของชุมชนหรือแนวทางทางเศรษฐกิจพอเพียง มาประยุกต์ใช้อย่างเป็นระบบ (อานันท์ ตานัยศรี, 2555)

วิสาหกิจชุมชนในระดับจังหวัดเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีความสำคัญมาก เพราะการรวมกลุ่มวิสาหกิจในระดับจังหวัดได้มีการตระหนักถึงปัญหาและความเป็นอยู่ของประชาชนในจังหวัด เพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนในจังหวัดมีรายได้และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เมื่อก้าวถึงวิสาหกิจชุมชนในระดับจังหวัดในที่นี่จะกล่าวถึงจังหวัดกำแพงเพชร เนื่องจากประชาชนในจังหวัดกำแพงเพชร ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำไร่ทำนาเป็นส่วนใหญ่ เพราะมีพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูก แต่การเพาะปลูกก็ให้ผลผลิตที่ไม่ดีมากนักจึงทำให้ประชาชนบางส่วนมีรายได้ไม่เพียงพอจากการทำการเกษตร เพราะพืชผลทางการเกษตรมีราคาที่ตกต่ำไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ดังนั้นจึงทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องหาอาชีพเสริม ดังนั้นทางหน่วยงานราชการและผู้นำชุมชนแต่ละชุมชนต้องมีการปรึกษากับทางหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นการคิดหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้ชุมชนและประชาชนมีอาชีพเสริมและมีรายได้เพิ่มขึ้น สำหรับตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ก็เป็นตำบลหนึ่งที่ได้นำวิสาหกิจชุมชนมาใช้ในชุมชนเพื่อเป็นการพัฒนาชุมชนและคนในชุมชน จึงเกิดการรวมกลุ่มของกลุ่มสตรีในชุมชนในการผลิตดอกไม้จันทน์ขึ้น จึงเรียกวิสาหกิจชุมชนนี้ว่าวิสาหกิจชุมชนในการทำดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

เมื่อก้าวถึงดอกไม้จันทน์ก็จะนึกถึงดอกไม้ที่มิใช่สำหรับการไว้อาลัยให้กับผู้ที่ล่วงลับไปแล้วและยังเป็นการแสดงถึงความเศร้าโศกเสียใจ และปัจจุบันดอกไม้จันทน์ก็มีการประดิษฐ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายและมีสีสันที่หลากหลายเพิ่มขึ้น (พลอยแสง เอกญาติ, 2560) การผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จากการสัมภาษณ์ผู้ช่วยนักวิทย มลจิราพงษ์ (2561, มีนาคม 30). ทำให้ทราบว่าในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ทางเทศบาลได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายให้กับทางกลุ่มสตรี แล้วนำผลกำไรที่ได้มาซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม หลังจากนั้นทางเทศบาลเห็นว่าดอกไม้จันทน์มีมากเกินจนทางเทศบาลรับไม่ไหว จึงหยุดรับไปจำหน่าย จึงทำให้ปัจจุบันจึงเหลือแค่ผู้ช่วยนักวิทย มลจิราพงษ์ เพียงคนเดียวที่ยังคงทำดอกไม้จันทน์ต่อ ส่วนเงินลงทุนก็ไม่ได้รับการสนับสนุนเหมือนเดิมและยังไม่มีตลาดที่รองรับผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงจัดทำวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร ให้มีประสิทธิภาพสามารถเข้าสู่ตลาดมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มลูกค้ากลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาการผลิตและการตลาดดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง"แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร" มีขอบเขตของการศึกษาวิจัย ดังนี้



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ขอบเขตเนื้อหา

ในการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา ทฤษฎีการผลิต กลยุทธ์ทางการตลาด และการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่การวิจัยในขอบเขตของหมู่ที่ 1 ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ จำนวน 191 คน (รพีวรรณ พิมพ์จันทร์, ม.ป.ป.)

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ในครั้งนี้ศึกษากลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตด้านเวลา

ระหว่างเดือนมีนาคม 2561 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อการประเมิน กลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ หมู่ที่ 1 ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. สํารวจ การศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน การดำเนินวิจัยไม่มีการสร้างสถานการณ์เพื่อศึกษาและเป็นการค้นหาปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว
2. เสนอชื่อเรื่องอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยทางการเงินและการธนาคาร เป็นการเสนอชื่อเรื่องให้กับอาจารย์ให้ตรงกับประเด็นของปัญหา โดยการใช้คำที่บ่งบอกให้ทราบถึงประเภทของการวิจัย
3. สร้างแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือการวิจัยที่นำมาใช้รวบรวมข้อมูลงานวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามมีทั้งแบบสอบถามปลายเปิด และแบบสอบถามปลายปิด ในการสร้างแบบสอบถามนั้นข้อความของแบบสอบถามจะถูกสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดทฤษฎีของตัวแปรที่จะวัด
4. อาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาให้ความเห็นเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบความตรงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. ปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้จริง นำแบบสอบถามมาพิจารณาทบทวนอีกครั้งเพื่อหาข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้อง แล้วนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
6. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการรายละเอียดของสถิติบรรยายสรุป ซึ่งเป็นการบรรยายสรุปกลุ่มข้อมูลในลักษณะต่างๆ กำหนดพฤติกรรมที่ต้องการวัด โดยวิเคราะห์ดูว่าเนื้อหาสาระใดบ้างที่ต้องการให้ผู้เกิดการเรียนรู้ แต่ละหัวข้อเหล่านั้นต้องการให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมอะไรจากนั้นจัดทำตารางวิเคราะห์มาตรฐานและตัวชี้วัด
7. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล เป็นการสรุป ประเมินหรือขยายผลของการวิจัย เพื่อเป็นการให้เหตุผลยืนยันว่าผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือ ถูกต้องเป็นจริง โดยให้เห็นว่าผลการวิจัยสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยตรงตามข้อเท็จจริงที่พบ โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและผลการวิจัยคนอื่นผลการวิจัยนั้นเป็นไปตามแนวความคิด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลคณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาประมวลผลข้อมูล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การประเมินความพอใจ หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ หมู่ที่ 1 ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า โดยกำหนดค่าคะแนนออกมา 5 ระดับ (บุรินทร์ รุจจนพันธ์, 2556) ดังนี้

ระดับคะแนนระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ระดับคะแนนระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนนระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนนระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนนระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การใช้คะแนนเฉลี่ยระหว่างคะแนนสูงสุดและต่ำสุดมาจัดระดับซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้การคำนวณทางสถิติดังนี้

1. ค่าเฉลี่ย

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
 n แทน จำนวนประชากร

2. ร้อยละ

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

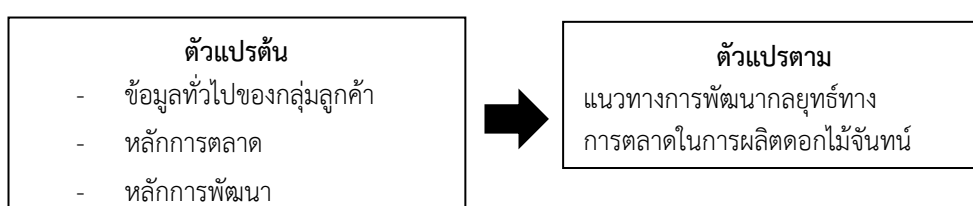
เมื่อ P แทน ค่าเฉลี่ย
F แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ
N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{N}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum(x-\bar{x})^2$ แทน ผลต่างจากค่าเฉลี่ยกำลังสอง
N แทน จำนวนประชากร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ กรณีศึกษา: หมู่ที่ 1 ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

1. สืบค้น การศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันการดำเนินวิจัยไม่มีการสร้างสถานการณ์เพื่อศึกษาและเป็นการค้นหาปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว
2. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ
3. สร้างแบบสอบถาม
4. ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ
5. ทดลองใช้แบบสอบถาม
6. ปรับปรุงแบบสอบถาม

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษวิจัยพบว่า สมาชิกของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ทางเทศบาลตำบลเทพนครได้มีการจัดตั้งกลุ่ม และได้งบประมาณมาจากกลุ่ม “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ONE TAMBON ONE PRODUCT ชื่อย่อ “OTOP” เป็นจำนวนเงินประมาณ 20,000 บาท ได้มีการฝึกอบรมการทำดอกไม้จันทน์และอยากให้กลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์มีอาชีพเสริม

จากการศึกษาของกลุ่มลูกค้ากลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 191 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 59.70 และเพศชาย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 มีอายุระหว่าง อายุ 41-50 จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 อาชีพเกษตรกร จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 36.10 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90

ตารางที่ 1 จำนวน ร้อยละข้อมูลรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	6	3.10
ต่ำกว่า 1,500 บาท	4	2.10
1,500-3,000 บาท	21	11.00
3,001-5,000 บาท	33	17.30
5,001-10,000 บาท	57	29.80
10,001-15,000 บาท	59	30.90
มากกว่า 15,000 ขึ้นไป	11	5.80

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละข้อมูลรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 รองลงมาไม่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 และมีรายได้ 3,001-5,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพด้านการตลาดในแต่ละด้าน

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ร้อยละของระดับ ความคิดเห็น	ระดับความ คิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	.52	89.40	มากที่สุด
ด้านราคา	4.33	.64	86.60	มากที่สุด
ด้านการจัดจำหน่าย	4.22	.69	84.40	มากที่สุด



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬงเพชร

ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.20	.58	84.00	มาก
รวม	4.31	.61	86.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพด้านการตลาดในแต่ละด้าน ทั้งหมด 4 ด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.31$ คิดเป็นร้อยละ 86.20

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.47$ คิดเป็นร้อยละ 89.40 รองลงมา คือ ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.33$ คิดเป็นร้อยละ 86.60 ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.22$ คิดเป็นร้อยละ 84.40 และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.20$ คิดเป็นร้อยละ 84.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเหมาะสมของขนาดดอกไม้จันทน์ทั้ง 3 รูปแบบ (ดอกโบราณ, ดอกคาร์เนชั่น, ดอกกุหลาบ)	4.68	.49	มากที่สุด
ความคงทนของดอกไม้จันทน์ทั้ง 3 รูปแบบ (กลีบดอกไม้แตก, กาวไม่หลุด)	4.46	.55	มากที่สุด
ความเหมาะสมของการตกแต่งรูปแบบบรรจุภัณฑ์	4.37	.50	มากที่สุด
มีการรับประกันกรณีของเสียหาย	4.37	.55	มากที่สุด
รวม	4.47	.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.47$ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด พบว่า อันดับแรกคือ ความเหมาะสมของขนาดดอกไม้จันทน์ทั้ง 3 รูปแบบ (ดอกโบราณ, ดอกคาร์เนชั่น, ดอกกุหลาบ) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.68$ รองลงมา คือ ความคงทนของดอกไม้จันทน์ทั้ง 3 รูปแบบ (กลีบดอกไม้แตก, กาวไม่หลุด) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.46$ และอันดับสุดท้าย คือ ความเหมาะสมของการตกแต่งรูปแบบบรรจุภัณฑ์, มีการรับประกันกรณีของเสียหาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.37$ ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านราคา

ด้านราคา	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ราคาต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	4.27	.81	มากที่สุด
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.41	.57	มากที่สุด
มีการกำหนดราคาสินค้าให้ผู้บริโภคให้เลือกได้หลายระดับราคา	4.31	.54	มากที่สุด
รวม	4.33	.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.33$ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด พบว่า อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ผู้ตอบ



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬงเพชร

แบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.41$ รองลงมา คือ มีการกำหนดราคาสินค้าให้ผู้บริโภคให้เลือกได้หลายระดับราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.31$ และอันดับสุดท้ายคือ ราคาต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.27$ ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในแหล่ง หรือสถานที่สะดวก และง่ายต่อการเดินทางของลูกค้า	4.53	.53	มากที่สุด
สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย	3.94	.95	มาก
มีที่นั่งรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	4.18	.60	มาก
รวม	4.22	.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.22$ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด พบว่า อันดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในแหล่งหรือสถานที่สะดวกและง่ายต่อการเดินทางของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.53$ รองลงมา คือ มีที่นั่งรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.18$ และอันดับสุดท้ายคือ สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.94$ ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
มีการร่วมทำบุญกับญาติที่มาซื้อผลิตภัณฑ์	4.42	.61	มากที่สุด
ดอกไม้จันทน์ทุกคน (เพื่อเป็นการช่วยเหลือญาติของผู้เสียชีวิตที่มีงบน้อย)	4.20	.48	มาก
มีการบริจาคให้กับทางวัด (เพื่อเป็นการร่วมทำบุญให้กับทางวัดและผู้เสียชีวิต อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น)	3.97	.64	มาก
รวม	4.20	.58	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.20$ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรกที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด พบว่า อันดับแรกคือ มีการร่วมทำบุญกับญาติที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ทุกคน (เพื่อเป็นการช่วยเหลือญาติของผู้เสียชีวิตที่มีงบน้อย) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.42$ รองลงมา มีการบริจาคให้กับทางวัด (เพื่อเป็นการร่วมทำบุญให้กับทางวัดและผู้เสียชีวิต อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.20$ และอันดับสุดท้ายคือ มีการโฆษณาผ่านหอกระจายข่าวของชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.97$ ตามลำดับ



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษา การผลิตและการตลาดดอกไม้จันทน์ จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ในปัจจุบัน พบว่ามีผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ คือ 1) ดอกโบราณ 2) ดอกคาร์เนชั่น 3) ดอกกุหลาบ

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ในปัจจุบัน พบว่ามีผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ คือ 1) ดอกโบราณ 2) ดอกคาร์เนชั่น 3) ดอกกุหลาบ มีลักษณะของดอกไม้จันทน์ 2 ลักษณะ คือ 1) ดอกเดี่ยว 2) ดอกช่อ จากการสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่ม สามารถสรุปได้ดังนี้ การทำดอกไม้จันทน์ในระยะเริ่มแรกที่ได้ผลผลิตมีเพียงแค่รูปแบบเดียว ได้แก่ ดอกโบราณ ตลอดระยะเวลาที่พยายามคิดและออกแบบการผลิตดอกไม้จันทน์อยู่เรื่อยๆ จนปัจจุบันมีดอกไม้จันทน์อยู่ทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ดอกโบราณ 2) ดอกคาร์เนชั่น 3) ดอกกุหลาบ

ด้านการตลาด พบว่า ในระยะแรกดอกไม้จันทน์ที่ผลิตได้ทางเทศบาลเป็นผู้ช่วยจำหน่ายหลังจากนั้นทางเทศบาลเห็นว่าดอกไม้จันทน์มีมากเกินไป จนทางเทศบาลรับไม่ไหวจึงหยุดรับไปจำหน่าย ส่งผลให้ทางกลุ่มไม่มีที่จำหน่ายดอกไม้จันทน์เป็นประจำ

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

จากการศึกษาสภาพด้านการตลาด พบว่า มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการสำรวจด้านความคิดเห็นต่อความเหมาะสม เห็นด้วย – ไม่เห็นด้วย ที่มีอยู่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา และสุดท้าย ด้านการจัดการ

จากข้อมูลดังกล่าว จากการเสนอข้อมูลดังกล่าวให้กับประธานกลุ่มเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ จากการสัมภาษณ์ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ข้อเสนอแนะ – มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ให้ทันสมัย และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ความเชื่อของลูกค้า เช่น ลูกค้ามีความเชื่อเรื่อง สีขาว-ดำ เพราะเป็นการไว้อาลัยให้กับผู้เสียชีวิต

ด้านการจัดจำหน่าย ข้อเสนอแนะ – สร้างจุดเด่นกับสถานที่จำหน่ายดอกไม้จันทน์ เช่น ติดตั้งป้ายไว้นิล

ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อเสนอแนะ – มีการโฆษณาผ่านหอกระจายข่าวของชุมชน เนื่องจาก ลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ที่ผลิตดอกไม้จันทน์ในปัจจุบัน

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ผลการประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการตลาดในการผลิตดอกไม้จันทน์ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ ตำบลเทพนคร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่าในแต่ละด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.31$ คิดเป็นร้อยละ 86.20 ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.47$ คิดเป็นร้อยละ 89.40 ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.33$ คิดเป็นร้อยละ 86.60 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.22$ คิดเป็นร้อยละ 84.40 และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.20$ คิดเป็นร้อยละ 84.00 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิฑูรย์ แก้วใส (2551) แนวทางการพัฒนาการตลาดปุทุทะเลมีชีวิตใน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้ เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการตลาดปุทุทะเลมีชีวิต ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการตลาดปุทุทะเลมีชีวิต ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผลการวิจัยสรุปว่า ด้านผลิตภัณฑ์ปุทุทะเลมีชีวิตที่จำหน่ายในอำเภอแม่สอดเป็นการนำเข้ามาจากประเทศเมียนมาร์ ส่วนใหญ่แล้วปุทุทะเลมีชีวิตที่จำหน่ายนั้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภค การควบคุมคุณภาพปุทุทะเลมีชีวิต ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการรักษาคุณภาพของปุทุทะเลมีชีวิตโดยวิธีการควบคุมภาชนะการบรรจุ ระยะเวลาในการขนส่ง และการจัดขนาดปุทุทะเลมีชีวิต ทั้งนี้เนื่องจากปุทุทะเลมีชีวิตเป็นสินค้าที่ใช้ในการบริโภคสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงก็คือ คุณภาพของปุทุทะเลมีชีวิตและความปลอดภัยในด้านสุขอนามัย ด้านราคาปุทุทะเลมีชีวิตนั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดประเภทปริมาณการนำเข้า และฤดูกาลเนื่องจากการกำหนดราคานั้นเป็นไปตามปริมาณการนำเข้าด้านการจัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งของร้านขายปลีกที่จำหน่ายปุทุทะเลมีชีวิตตั้งอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวตลาดริมเมยอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก และด้านการส่งเสริมการตลาดมีการค้าแบบผูกขาดมีลูกค้าประจำ จึงไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบข้อมูลและส่วน



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬงเพชร

ใหญ่จะมีการแข่งขันมากกว่าการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของด้านผลิตภัณฑ์มีความเหมือนในส่วนของความเหมาะสมและความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ด้านราคามีความเหมือนในส่วนของให้เลือกหลายระดับ และราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่ายมีความเหมือนในส่วนของมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง และง่ายต่อการหาซื้อและส่วนของความแตกต่างในด้านการส่งเสริมการตลาด แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ของกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ จะมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายข่าวของชุมชนส่วนแนวทางการพัฒนาการตลาดปุ๋ยเคมีชีวิตในอำเภอแม่สอด จะมีการค้าแบบผูกขาดและไม่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ใดๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ควรให้ผู้นำชุมชนมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหอกระจายข่าวของหมู่บ้านเพิ่มขึ้นเพื่อให้ประชาชนในชุมชนและชุมชนบริเวณใกล้เคียงได้รับทราบเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นในการทำเกสรดอกไม้จันทน์โดยจะใช้ลวดเป็นอุปกรณ์ควรเปลี่ยนมาใช้เป็นก้านธูปแทน และการประกอบกลีบดอกของดอกไม้จันทน์ซึ่งจะใช้กาวเพื่อให้ความคงทนควรเปลี่ยนจากการใช้กาวมาเป็นการใช้ด้ายพันแทน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น

2. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ ในการที่จะเข้ามาส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ดอกไม้จันทน์

เอกสารอ้างอิง

- น้ำทิพย์ มลจิราพงษ์. (2561, มีนาคม 30). ประธานกลุ่มสตรีบ้านวังโบสถ์. สัมภาษณ์.
 บุรินทร์ รุจจนพันธ์. (2556, พฤษภาคม 18). เกณฑ์สำหรับประเมินความพึงพอใจ. [Online]. Available: <http://www.thaiall.com> [2561, มีนาคม 26].
 พลอยแสง เอกญาติ. (2560, พฤษภาคม 11). ดอกไม้จันทน์ ดอกไม้งาม ถึงผู้วายชนม์. [Online]. Available: <http://www.bagindesign.com/> [2561, เมษายน 26].
 พิฑูรย์ แก้วใส. (2551). แนวทางการพัฒนาการตลาดปุ๋ยเคมีชีวิตใน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬงเพชร.
 รพีวรรณ พิมพ์จันทร์. (มปป.). ตารางขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน. [Online]. Available: <http://https://sites.google.com> [2561, เมษายน 26].
 อานันท์ ตะนัยศรี. (2555, กันยายน 24). วิสาหกิจชุมชน. [Online]. Available: <http://ophbgo.blogspot.com> [2561, เมษายน 25].