

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนารูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดของสถาบันราชภัฏนครสวรรค์ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑน้ำตาลโตนด ตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยนำเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\bar{X}$  แทนค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)

S.D. แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยและพัฒนารูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดของสถาบันราชภัฏนครสวรรค์ครั้งนี้ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS For Windows

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์สภาพปัญหาด้านการตลาด กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑน้ำตาลโตนด ตำบลเกยไชย ใช้สถิติค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การวิเคราะห์ข้อมูลกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาสภาพปัญหาด้านการตลาด กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑน้ำตาลโตนดตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับปัญหามากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับปัญหามาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปัญหปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับปัญหาน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับปัญหาน้อยที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนา

การวิเคราะห์ข้อมูลในการพัฒนารูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดของสถาบันราชภัฏนครสวรรค์ : กลุ่มอาชีพผลิตภัณท์น้ำตาลโตนดตำบลเกยไชยในครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS For Windows

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์แบบประเมินพฤติกรรมในการพัฒนารูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด โดยใช้ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )

การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินพฤติกรรมในการพัฒนารูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด กลุ่มอาชีพผลิตภัณท์น้ำตาลโตนดตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.00 หมายถึง	พฤติกรรมอยู่ในระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง	พฤติกรรมอยู่ในระดับดี
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง	พฤติกรรมอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง	พฤติกรรมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยได้จัดลำดับขั้นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาสภาพปัญหาด้านการตลาด กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	รวม
ชาย	12	17.9	17.9
หญิง	55	82.1	82.1
รวม	67	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.1 มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 67 คน เป็นชาย 12 คนคิดเป็นร้อยละ 17.9 และที่เป็นหญิง 55 คนคิดเป็นร้อยละ 82.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	รวม
ต่ำกว่า 35 ปี	14	20.9	20.9
35 – 45 ปี	29	43.3	43.3
45 ปีขึ้นไป	24	35.8	35.8
รวม	67	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 67 คนอายุต่ำกว่า 35 ปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 อายุระหว่าง 35-45 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35 – 45 ปี

**ตารางที่ 4.3** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	รวม
ชั้นประถมศึกษา	54	80.6	80.6
ชั้นมัธยมศึกษา	12	17.9	17.9
ปริญญาตรี	1	1.5	1.5
อื่น ๆ.....	0	0	0
รวม	67	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 67 คนการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 80.6 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาจำนวน 12 คนคิดเป็น ร้อยละ 17.9 การศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ระดับชั้นประถมศึกษา

#### ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัญหาด้านการตลาด

**ตารางที่ 4.4** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาในภาพรวมด้านการลงทุนด้านการผลิต ด้านการขาย ด้านการบริหารจัดการ

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
1.	ด้านการลงทุน	3.41	0.53	ปานกลาง
2.	ด้านการผลิต	3.68	0.65	มาก
3.	ด้านการขาย	3.83	0.85	มาก
4.	ด้านการบริหารจัดการ	4.28	0.65	มาก
	รวม	3.77	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าสภาพปัญหาในภาพรวม ด้านการลงทุน ด้านการผลิต ด้านการขาย ด้านการบริหารจัดการ ค่าเฉลี่ย 3.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก พิจารณาปัญหาเป็นรายด้าน ด้านการลงทุน ค่าเฉลี่ย 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการผลิต ค่าเฉลี่ย 3.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ด้านการขาย ค่าเฉลี่ย 3.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 ด้านการบริหารจัดการ ค่าเฉลี่ย 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาด้านการลงทุน

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
	<b>ด้านการลงทุน</b>			
1.	ปริมาณงบประมาณที่หน่วยงานต่อไปนี้นับสนุน มีปัญหา			
	1.1 งบประมาณจากอำเภอ	4.04	0.94	มาก
	1.2 งบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบล	3.94	0.87	มาก
	1.3 งบประมาณจากการระดมทุนในกลุ่มสมาชิก	4.06	1.04	มาก
2	มีปัญหาการทำบัญชีรายรับ รายจ่ายในข้อต่อไปนี้			
	2.1 บัญชีรายรับ รายจ่ายน้ำตาลสด	3.49	1.04	ปานกลาง
	2.2 บัญชีรายรับ รายจ่ายน้ำตาลปีก	3.43	1.16	ปานกลาง
	2.3 บัญชีรายรับ รายจ่ายจาวตาลเชื่อม	3.31	0.91	ปานกลาง
	2.4 บัญชีรายรับ รายจ่ายลอนตาลในน้ำเชื่อม	3.66	1.05	มาก
	2.5 บัญชีรายรับ รายจ่ายไวน์(Wine)น้ำตาลสด	4.16	1.07	มาก
3	มีปัญหาการจัดสัดส่วนงบประมาณการลงทุน	2.51	0.66	ปานกลาง
4	มีปัญหาด้านงบประมาณเงินลงทุนหมุนเวียน	2.49	0.80	น้อย
5	มีปัญหาด้านงบประมาณปันผลให้แก่ สมาชิกในกลุ่ม	2.40	1.02	น้อย
	รวม	3.41	0.54	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่าสภาพปัญหาในภาพรวม ด้านการลงทุน ค่าเฉลี่ย 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 มีปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ ปริมาณงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน จากอำเภอ ค่าเฉลี่ย 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 งบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบลค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ปริมาณงบประมาณจากการระดมทุนในกลุ่มสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก การทำบัญชีรายรับรายจ่ายในเรื่องของน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 บัญชีรายรับ รายจ่ายน้ำตาลปึก ค่าเฉลี่ย 3.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.16 จาวตาลเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง บัญชีรายรับรายจ่ายลอนตาลในน้ำเชื่อม ค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 ไวน์(Wine) น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.07 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก การจัดสัดส่วนงบประมาณการลงทุน ค่าเฉลี่ย 2.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง งบประมาณเงินลงทุนหมุนเวียน ค่าเฉลี่ย 2.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย งบประมาณ ปันผลให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ค่าเฉลี่ย 2.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาด้านการผลิต

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
	<b>ด้านการผลิต</b>			
1.	มีปัญหากการอธิบายวิธีผลิตสินค้าต่อไปนี้			
	1.1 น้ำตาลสด	3.54	1.11	มาก
	1.2 น้ำตาลปึก	3.48	1.06	ปานกลาง
	1.3 จาวตาลเชื่อม	3.51	1.15	มาก
	1.4 ลอนตาลในน้ำเชื่อม	3.75	1.05	มาก
	1.5 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.33	0.99	มาก
2	มีปัญหาในการผลิตสินค้าต่อไปนี้ด้วยการลงมือทำโดยไม่ต้องใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี			
	2.1 น้ำตาลสด	3.70	1.15	มาก
	2.2 น้ำตาลปึก	3.78	1.20	มาก
	2.3 จาวตาลเชื่อม	3.55	1.13	มาก
	2.4 ลอนตาลในน้ำเชื่อม	3.93	1.05	มาก
	2.5 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.16	1.11	มาก
3	มีปัญหาในการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าดังต่อไปนี้			
	น้ำตาลสด	3.49	1.11	ปานกลาง
	3.1 น้ำตาลปึก	3.34	1.11	ปานกลาง
	3.2 จาวตาลเชื่อม	3.63	1.06	มาก
	3.3 ลอนตาลในน้ำเชื่อม	4.03	1.00	มาก
	3.4 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.42	0.97	มาก

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาด้านการผลิต

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
4.	มีปัญหาในการผลิตสินค้าต่อไปนี้ตามกรรมวิธี โดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน			
4.1	น้ำตาลสด	3.39	1.06	ปานกลาง
4.2	น้ำตาลปีก	3.15	0.86	ปานกลาง
4.3	จาวตาลเชื่อม	3.33	0.88	ปานกลาง
4.4	ลอนตาลในน้ำเชื่อม	3.82	0.98	มาก
4.5	ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.39	0.94	มาก
5.	มีปัญหาในการผลิตสินค้าต่อไปนี้ด้วยสูตรใหม่ ที่ทันสมัยโดยคิดขึ้นเองจากกลุ่มสมาชิก			
5.1	น้ำตาลสด	3.55	1.05	มาก
5.2	น้ำตาลปีก	3.52	1.11	มาก
5.3	จาวตาลเชื่อม	3.66	0.95	มาก
5.4	ลอนตาลในน้ำเชื่อม	4.01	0.88	มาก
5.5	ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.22	1.06	มาก
6	มีปัญหาในการผลิตสินค้าต่อไปนี้โดยใช้สูตร จากผู้มีความรู้แนะนำ			
6.1	น้ำตาลสด	3.02	0.85	ปานกลาง
6.2	น้ำตาลปีก	3.04	0.94	ปานกลาง
6.3	จาวตาลเชื่อม	3.40	0.97	ปานกลาง
6.4	ลอนตาลในน้ำเชื่อม	3.72	1.11	มาก
6.5	ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.27	1.11	มาก

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาด้านผลิต

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
7.	รูปแบบของสินค้าดังต่อไปนี้ที่ผลิตแล้วมี ปัญหา ต่อความสนใจของลูกค้า			
	7.1 น้ำตาลสด	3.53	1.07	มาก
	7.2 น้ำตาลปึก	3.42	1.00	ปานกลาง
	7.3 จาวตาลเชื่อม	3.30	1.06	ปานกลาง
	7.4 ลอนตาลในน้ำเชื่อม	3.84	1.18	มาก
	7.5 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.25	1.09	มาก
8.	มีปัญหาต่อผลผลิตของสินค้าดังต่อไปนี้ที่มี การเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ			
	8.1 น้ำตาลสด	3.52	1.00	มาก
	8.2 น้ำตาลปึก	3.52	1.04	มาก
	8.3 จาวตาลเชื่อม	3.54	0.99	มาก
	8.4 ลอนตาลในน้ำเชื่อม	4.16	0.88	มาก
	8.5 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด	4.44	0.91	มาก
	รวม	3.68	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่าสภาพปัญหาในภาพรวม ด้านการผลิต ค่าเฉลี่ย 3.68

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาปัญหาเป็นรายข้อ การอธิบายวิธีผลิตสินค้าจากน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.54  
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.11 จาวตาลเชื่อม ค่าเฉลี่ย 3.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.15 ลอนตาลใน  
น้ำเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก ไวน์ (Wine) จาก  
น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก น้ำตาลปึก  
ค่าเฉลี่ย 3.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1. มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

การผลิตสินค้า ด้วยการลงมือทำโดยไม่ต้องใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีจากน้ำตาลสด  
ค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.15 น้ำตาลปึกค่าเฉลี่ย 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.20  
จาวตาลเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.13 ลอนตาลในน้ำเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.93  
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสดค่าเฉลี่ย 4.16 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
1.11 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

การใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าจาก จาวตาลเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 ลอนตาลในน้ำเชื่อมค่าเฉลี่ย 4.03 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.11 น้ำตาลปึก ค่าเฉลี่ย 3.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.11 มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

การผลิตสินค้าตามกรรมวิธีโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านจาก ลอนตาลในน้ำเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.82 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 น้ำตาลปึกค่าเฉลี่ย 3.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 จาวตาลเชื่อม ค่าเฉลี่ย 3.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

การผลิตสินค้าด้วยสูตรใหม่ที่ทันสมัยโดยคิดขึ้นเองจากกลุ่มสมาชิกจาก น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 น้ำตาลปึก ค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.11 จาวตาลเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 ลอนตาลในน้ำเชื่อม ค่าเฉลี่ย 4.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

การผลิตสินค้าโดยใช้สูตรจากผู้มีความรู้แนะนำ ลอนตาลในน้ำเชื่อม ค่าเฉลี่ย 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.11 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.11 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 น้ำตาลปึก ค่าเฉลี่ย 3.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 จาวตาลเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

รูปแบบของสินค้าที่ผลิตแล้วต่อความสนใจของลูกค้าจาก น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.53 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.07 ลอนตาลในน้ำเชื่อมค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.18 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.09 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก น้ำตาลปึก ค่าเฉลี่ย 3.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 จาวตาลเชื่อม ค่าเฉลี่ย 3.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ผลผลิตของสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ น้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 น้ำตาลปึก ค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 จาวตาลเชื่อม ค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 ลอนตาลในน้ำเชื่อม ค่าเฉลี่ย 4.06

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด ค่าเฉลี่ย 4.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 4.7** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาด้านการขาย

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
	<b>ด้านการขาย</b>			
1.	มีปัญหาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด	3.68	0.95	มาก
2.	มีปัญหาในการใช้กลยุทธ์ในการขายดังต่อไปนี้			
	2.1 จำหน่ายสินค้าราคาถูกลง	3.67	0.94	มาก
	2.2 จำหน่ายสินค้าโดยแจกแถม	3.64	0.95	มาก
	2.3 มีการสาธิตการขาย	3.67	0.96	มาก
3.	มีปัญหาร้านค้าที่รับสินค้าไปขายเพิ่มขึ้นทุกๆเดือน	3.88	1.02	มาก
4.	มีปัญหาร้านค้าที่รับสินค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.78	1.08	มาก
5.	มีปัญหาการประชาสัมพันธ์สินค้าให้รู้จักกันทั่ว	3.97	1.09	มาก
6.	มีปัญหาการสร้างเครือข่ายตลาดสินค้าในตำบล	4.10	1.05	มาก
7.	มีปัญหาการสร้างเครือข่ายตลาดสินค้าต่างจังหวัด	4.22	1.04	มาก
	รวม	3.83	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่าสภาพปัญหาในภาพรวม ด้านการขาย ค่าเฉลี่ย 3.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 การใช้กลยุทธ์ในการขาย ในเรื่อง การจำหน่ายสินค้าราคาถูกลง ค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 จำหน่ายสินค้าโดยแจกแถม ค่าเฉลี่ย 3.64 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 มีการสาธิตการขาย ค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

ร้านค้าที่รับสินค้าไปขายเพิ่มขึ้นทุกๆเดือน ค่าเฉลี่ย 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 มีปัญหาร้านค้าที่รับสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.08 มีปัญหาการประชาสัมพันธ์สินค้าให้รู้จักกันทั่วค่าเฉลี่ย 3.97 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.09 มีปัญหาการสร้างเครือข่ายตลาดสินค้าในตำบล ค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 มีปัญหาการสร้างเครือข่ายตลาดสินค้าต่างจังหวัด ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาด้านการบริหารจัดการ

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัญหา
	<b>ด้านการบริหารจัดการ</b>			
1.	มีปัญหาการวางแผนเกี่ยวกับสินค้าในด้านต่างๆดังนี้			
	1.1 ด้านการลงทุน	4.00	1.02	มาก
	1.2 ด้านการผลิต	4.06	0.95	มาก
	1.3 ด้านการขายหรือการตลาด	4.07	0.94	มาก
	1.4 ด้านการบริหารจัดการ	4.22	0.97	มาก
2.	มีปัญหาการวางแผนเรื่องธุรกิจชุมชน	4.34	0.83	มาก
3.	มีปัญหาการจัดองค์ประกอบธุรกิจชุมชนอย่างมีระบบ	4.42	0.83	มาก
4.	มีปัญหาการจัดตั้งคณะกรรมการธุรกิจชุมชน	4.51	0.82	มากที่สุด
5.	มีปัญหาการประชุมกลุ่มสมาชิกร่วมกัน	4.06	1.11	มาก
6.	มีปัญหาการประสานงานในกลุ่มธุรกิจชุมชน ภายในตำบล	4.24	0.91	มาก
7.	มีปัญหาการประสานงานในกลุ่มธุรกิจต่างจังหวัด	4.33	0.86	มาก
8.	มีปัญหาการจัดสรรงบประมาณในกลุ่มธุรกิจชุมชน	4.34	0.83	มาก
9.	มีปัญหาการวางแผนการจัดเวทีธุรกิจชุมชน	4.25	0.91	มาก
10.	มีปัญหาการวางแผนการจัดสถานที่การขายภายใน ชุมชนอย่างมีระบบ	4.22	0.78	มาก
11.	มีปัญหาการสร้างความเป็นระบบระเบียบและอำนวยความสะดวก ความสะอาด ความปลอดภัยแก่ผู้มาใช้บริการสินค้า ในตำบล	4.46	0.78	มาก
12	มีปัญหาการคณะกรรมการติดตามผล ประเมินผลและ ตรวจสอบ	4.42	0.89	มาก
	รวม	4.28	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่าสภาพปัญหาในภาพรวม ด้านการบริหารจัดการ ค่าเฉลี่ย 4.28  
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ การจัดตั้ง

คณะกรรมการธุรกิจชุมชนค่าเฉลี่ย 4.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด การวางแผนเกี่ยวกับสินค้าในด้านต่างๆ คือด้านการลงทุนค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 ด้านการผลิต ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 ด้านการขาย ค่าเฉลี่ย 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 ด้านการบริหารจัดการ ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 การวางแผนเรื่องธุรกิจชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 การจัดองค์ประกอบชุมชนอย่างมีระบบ ค่าเฉลี่ย 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 การประสานงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนภายในตำบล ค่าเฉลี่ย 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 การประสานงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนต่างจังหวัด ค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 การจัดสรรงบประมาณในกลุ่มธุรกิจชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 การวางแผนการจัดเวทีธุรกิจชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 การวางแผนการจัดสถานที่การขายภายในชุมชนอย่างมีระบบ ค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 การสร้างความเป็นระบบระเบียบและอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยแก่ผู้มาใช้บริการสินค้าในตำบล ค่าเฉลี่ย 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 มีคณะกรรมการติดตามผล ประเมินผลและตรวจสอบ ค่าเฉลี่ย 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 ประชุมกลุ่มสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.11 มีปัญหาอยู่ในระดับมาก

**ข้อมูลปลายเปิด** จากการศึกษาสภาพปัญหาด้านการตลาด ผลของข้อมูลมีดังต่อไปนี้

ด้านการลงทุน มีปัญหาเกี่ยวกับงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบลส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในเรื่องของการจัดเก็บภาษีและมีปัญหาการทำบัญชีเกี่ยวกับน้ำพริกเผา รุ้นจากน้ำมะพร้าวซึ่งเป็นสินค้าที่นำมาฝากวางขายมีปัญหาในการทำบัญชี เกี่ยวกับ ไวน์ (Wine) จากน้ำตาลสด

ด้านการผลิต มีปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากทำ รุ้นมะพร้าวจากน้ำตาลสด มีปัญหารสชาติและสี ของน้ำตาลสดแต่ละร้านไม่เหมือนกัน

ด้านการขาย มีปัญหาเกี่ยวกับการตลาดต้องมีการเดินทางไปขายต่างจังหวัดกำไรที่ได้ส่วนใหญ่จะเป็นค่าน้ำมันและมีความต้องการด้านร้านค้าในชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะมาลงที่ตำบลเกษไชย

ด้านการบริหารจัดการ มีปัญหาเกี่ยวกับการจัดสถานที่ ยังไม่สะอาดและยังไม่ปลอดภัยสำหรับผู้ให้บริการไม่มีสถานที่จอดรถ

## ผลการพัฒนาปัญหา

ความชัดเจนของปัญหาโดยการประชุม เอ.ไอ.ซี (A – I – C)

ขั้นที่ 1 ตอนที่ 1 (A 1) จากการสำรวจสภาพที่เป็นจริงได้ปัญหาดังนี้

### ด้านการลงทุน

1. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐมีน้อยไม่เพียงพอต่อการลงทุน
2. มีปัญหาเรื่องการจัดเก็บภาษีจากหน่วยงานของรัฐและองค์การบริหารส่วนตำบล
3. สมาชิกขาดความมั่นใจที่จะลงทุนเกรงว่าจะไม่ประสบผลสำเร็จ
4. ระบบการทำบัญชียังไม่เป็นระบบยังขาดความรู้และประสบการณ์
5. ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงบประมาณกองทุนหมู่บ้าน
6. สมาชิกในกลุ่มยังขาดความซื่อสัตย์ต่อกัน

### ด้านการผลิต

1. ขาดความรู้เรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด
2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังขาดการพัฒนาบรรจุด้วยถุงพลาสติก
3. รสชาติยังไม่ได้เกณฑ์มาตรฐาน
4. ยังขาดเครื่องมือทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต
5. ยังใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตน้ำตาลโตนด

### ด้านการขาย

1. ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด
2. ขาดตลาดในการจำหน่ายสินค้าอย่างมีระบบ และปลอดภัยในชุมชน
3. ไม่มีการขยายเครือข่ายร้านค้าในชุมชนและต่างจังหวัด
4. ยังขาดกลยุทธ์หรือวิธีการขาย
5. สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปรู้จักกันอยู่ในชุมชนเท่านั้น

### ด้านการบริหารจัดการ

1. ขาดการวางแผนการบริหารจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ไม่มีการประชุมปรึกษา ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมกันแก้ปัญหา
3. การวางแผนการจัดสถานที่ยังไม่มีการจัดสรรยังไม่เป็นระเบียบ

4. ร้านค้าแต่ละร้านที่มีอยู่ยังขาดการรักษาความสะอาด
5. ยังขาดร้านค้าที่มาตราฐานและไม่มีสถานที่จอดรถสำหรับผู้บริโภค
6. ไม่มีคณะกรรมการตรวจสอบประเมินการบริหารจัดการหรือสนับสนุนส่งเสริมการดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด

### ขั้นที่ 1 ตอนที่ 2 (A 2) กำหนดสภาพที่มุ่งหวังในอนาคต

#### ด้านการลงทุน

1. ต้องการให้รัฐสนับสนุนด้านงบประมาณให้เพียงพอต่อการลงทุน
2. ต้องการให้รัฐบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลยกเว้นการจัดเก็บภาษีที่เป็นผลิตภัณฑ์จากพื้นบ้าน
3. ต้องการให้สมาชิกรวมกลุ่มกันลงทุนเพิ่มมากขึ้นอย่างมั่นใจและซื่อสัตย์ต่อกัน
4. ต้องการเสริมความรู้ระบบการทำบัญชีอย่างถูกต้อง

#### ด้านการผลิต

1. ต้องการให้วิทยากรเสริมความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด
2. ต้องการให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้วมีโลโก้ของตำบลเกาะไผ่
3. ต้องการให้ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดได้รับการปรับปรุงเรื่องรสชาติให้ได้มาตรฐาน
4. ต้องการให้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด
5. ต้องการให้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตสินค้าจากตาลโตนดได้รับการพัฒนาและเปิดโอกาสให้ผลิตได้อย่างเสรี เช่น การทำไวน์(Wine) จากน้ำตาลโตนด

#### ด้านการขายหรือการตลาด

1. ต้องการมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดเพิ่มมากขึ้น
2. ต้องการตลาดในการจำหน่ายสินค้าอย่างมีระบบ และปลอดภัยในชุมชน
3. ต้องการขยายเครือข่ายร้านค้าในชุมชนและต่างจังหวัด
4. ต้องการพัฒนาเทคนิคการขายให้ประสบผลสำเร็จ
5. ต้องการมีการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ

#### ด้านการบริหารจัดการ

1. ต้องการให้ทุกฝ่ายร่วมกันวางแผนการบริหารจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรในท้องถิ่น
2. ต้องการให้มีการประชุมปรึกษา ร่วมกันแก้ปัญหาหรือจัดเวทีธุรกิจ

3. ต้องการมีผู้นำวางแผนการจัดสถานที่ขายสินค้าให้เป็นระเบียบ
4. ต้องการให้มีศูนย์สาธิตการตลาดเพื่อเป็นที่รวมของสินค้าพื้นบ้านในชุมชนหรือการศึกษาดูงาน ของนักเรียน นักศึกษา ตลอดจนผู้สนใจ
5. ต้องการร้านค้าที่มาตราฐานสะอาดและมีสถานที่จอดรถอย่างปลอดภัย
6. ต้องการให้มีคณะกรรมการตรวจสอบประเมินการบริหารจัดการหรือสนับสนุนส่งเสริมเกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตาลโตนด

## ขั้นที่ 2 ตอนที่ 1 ( I 1 ) ยุทธศาสตร์การพัฒนารสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด

### ด้านการลงทุน

1. วัตถุประสงค์
  - 1.1 เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มในการประกอบธุรกิจชุมชน
  - 1.2 เพื่อให้มีกองทุนสำรองในการประกอบอาชีพ
  - 1.3 เพื่อให้มีการขยายกิจการจากขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขยายเครือข่าย
2. วิธีการ
  - 2.1 จัดรวมกลุ่มสมาชิกและระดมเงินออมจากกลุ่ม
  - 2.2 จัดหาข้อมูลแหล่งเงินในการสนับสนุนให้กับกลุ่ม
  - 2.3 ตั้งระเบียบ ข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการระดมทุนและพัฒนาเงินทุน
  - 2.4 เพิ่มพูนประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านเงินทุนจัดทำบัญชีให้เป็นระบบ

### ด้านการผลิต

1. วัตถุประสงค์
  - 1.1 เพื่อให้ปรับตัวเข้ากับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันได้
  - 1.2 เพื่อให้มีรายได้จากขายผลผลิต
  - 1.3 เพื่อให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตามความต้องการของตลาด
  - 1.4 เพื่อให้ครบวงจรในการผลิตน้ำตาลโตนด และ สินค้าอื่นๆ โดยการแปรรูป
  - 1.5 เพื่อให้การพัฒนาอาชีพเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการกลุ่มอาชีพ
2. วิธีการ
  - 2.1 ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้ตรงความต้องการของตลาดในชุมชนหรือตลาดเครือข่ายในตำบลและต่างจังหวัด
  - 2.2 นำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มผลผลิต

2.3 ใช้ทุนน้อย ผลิตได้มาก มีคุณภาพ

2.4 พัฒนารูปแบบและบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความสนใจกับผู้บริโภค

2.5 ศึกษาข่าวสารการผลิตและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

### ด้านการขาย

#### 1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อส่งเสริมตลาดในชุมชนให้มีตลาดซื้อขายสินค้าอุปโภคบริโภคในชุมชน

1.2 เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยส่งเสริมสนับสนุนสินค้าภายในชุมชนและ  
สินค้าภายนอกมาจำหน่ายในราคาถูก

1.3 เพื่อช่วยให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ประกอบการ ผู้ผลิต และลูกค้า

#### 2. วิธีการ

2.1 วางเป้าหมายทางการตลาดเพื่อการตลาดให้มีประสิทธิภาพ

2.2 พัฒนาเชื่อมโยงธุรกิจภายนอกและกลุ่มอาชีพโดยสร้างเครือข่าย ติดต่อ  
ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง

2.3 พัฒนาความรู้ด้านวางกลยุทธ์ในการขายหรือการตลาด เช่น การลด  
การแลก การแจก การแถม การจัดนิทรรศการผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด ในตำบลเกษไชย

2.4 มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนทั่วไปได้รู้จักและสร้างภาพพจน์ที่ดีของ  
ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดและสินค้าอื่นๆ ในตำบลเกษไชย

2.5 ศึกษาผลิตภัณฑ์และจำหน่ายสินค้าโดยอาศัยข้อมูลข่าวสารที่ได้จาก ลูกค้า  
หรือตลาดที่เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

### ด้านการบริหารจัดการ

#### 1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อให้การบริหารจัดการธุรกิจ ดำเนินการถูกต้องตรงกับความต้องการ  
ของผู้บริโภค

1.2 เพื่อให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดและสินค้าอื่นๆ  
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 เพื่อให้กลุ่มดำเนินการด้วยตนเองและมีการควบคุมที่ดี

#### 2. วิธีการ

2.1 วางแผนจัดตั้งคณะกรรมการบริหารในกลุ่มโดยจัดรูปแบบการบริหารตลาด สำหรับท้องถิ่น มีกรรมการฝ่ายผลิต กรรมการฝ่ายตลาด กรรมการฝ่ายการเงิน กรรมการฝ่ายแรงงานกลุ่ม เป็นผู้ดำเนินงาน

2.2 พัฒนาระบบการผลิต เพิ่มผลผลิต การแปรรูปผลผลิต

2.3 จัดฝึกอบรม/สัมมนา/ประชุม หาความรู้และร่วมกันวิเคราะห์ แก้ปัญหา และหาแนวทางแก้ไข การประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดและสินค้าอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ

2.4 บริหารจัดการเรื่องสถานที่ในการขายให้เกิดความสนใจ สะดวก ปลอดภัย มีสถานที่จอดรถ มีบริเวณพื้นที่ ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าชมและซื้อสินค้าได้

2.5 มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดเพื่อการศึกษาและพัฒนาในตำบลเกษไชโย

## ขั้นที่ 2 ตอนที่ 2 ( I 2 ) วิเคราะห์ผลกระทบ

ในการสร้างยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนทางด้านการตลาดในแต่ละกระบวนการนั้นจะมีผลกระทบดังต่อไปนี้

ด้านการลงทุน ผลกระทบคือ ต้องระดมทุนเพิ่มมากขึ้นและต้องหาแหล่งเงินทุนในการสนับสนุน การจัดทำบัญชีจะต้องหาบุคคลที่มีความรู้เข้ามาจัดทำบัญชี

ด้านการผลิต ผลกระทบคือ การใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีจะต้องเพิ่มต้นทุนการผลิตสูง

ด้านการขาย ผลกระทบคือ การสร้างเครือข่ายติดต่อกับบริษัท ห้างสรรพสินค้าจะมีผลกระทบในเรื่องเกี่ยวกับการขอเครื่องหมายรับรองคุณภาพคุณภาพทางการค้าแต่ถ้าสร้างเครือข่ายในชุมชนไม่ต้องมีตรา อย. ก็ขายได้

ด้านการบริหารจัดการ ผลกระทบคือ การจัดสถานที่ในการขายเพื่อให้เกิดความปลอดภัย สะดวกต่อผู้บริโภค จะทำให้มีผลกระทบต่อร้านค้าที่ขายตามริมทางจะมีลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงและจะต้องลำบากออกมาขายไกลบ้าน

## ขั้นที่ 3 ตอนที่ 1 ( C 1 ) จัดกลุ่มวางแผนดำเนินการ

การรวมกลุ่มในการจัดกระบวนการตามขั้นตอนนั้นในกลุ่มได้ตกลงเลือกยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1. ยุทธศาสตร์การจัดเวทีธุรกิจชุมชน
2. ยุทธศาสตร์การจัดร้านค้าชุมชน

### ขั้นที่ 3 ตอนที่ 2 (C 2) ทำแผนปฏิบัติการ

#### 1. โครงการเวทีธุรกิจชุมชน

#### 2. หลักการและเหตุผล

การดำเนินการจัดเวทีนั้นเป็นการสร้างความเข้าใจและความสำนึกในการพัฒนาให้เกิดขึ้นในชุมชน ร่วมรับรู้ปัญหา ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแรงร่วมใจพัฒนา กล่าวคือชุมชนจะต้องเข้มแข็งด้วยวิถีทางการแก้ปัญหาและพัฒนาด้วยตนเอง

การจัดเวทีธุรกิจให้คนในชุมชนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการทำให้ชุมชนได้รับรู้ปัญหาซึ่งกันและกันและอาจนำไปสู่การแก้ปัญหาร่วมกัน โดยเฉพาะการจัดเวทีเพื่อให้ผู้มีจิตวิญญาณที่พร้อมที่จะพัฒนาในพื้นที่ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ครูในท้องถิ่นพัฒนาการอำเภอ เกษตรอำเภอ สาธารณสุขอำเภอ ภาควิชาการ พัฒนา กลุ่มอาชีพให้สร้างความเข้าใจร่วมกันในการทำงานเพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พร้อมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการเรียนรู้ ที่เกิดจากความต้องการของชุมชน ซึ่งจะส่งผลทางด้านเศรษฐกิจของ ชุมชนให้ดีขึ้นในทุกระดับของท้องถิ่น

ดังนั้น ประธานกรรมการกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานตามโครงการ จึงเห็นสมควรให้มีเวทีธุรกิจชุมชนขึ้นใน ตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

#### 3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อสร้างความเข้าใจและนำแนวนโยบายการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนสู่การพัฒนา

3.2 เพื่อจัดเวทีให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มธุรกิจชุมชนร่วมกันแก้ปัญหาพร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

3.3 เพื่อให้หน่วยงาน องค์การบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการดำเนินงานตามโครงการ

#### 4. เป้าหมาย

4.1 ด้านปริมาณ มีผู้เข้าร่วมในการจัดเวทีจำนวน 100 คน

4.2 ด้านคุณภาพ ผู้เข้าร่วมการจัดเวทีมีความรู้ ความเข้าใจ มีจิตวิญญาณในการพัฒนา มีความพอใจในการจัดเวที ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา

## 5. แผนปฏิบัติการ

กิจกรรม	วัน เดือน ปี	ผู้รับผิดชอบโครงการ
1. วางแผนงาน	25 ก.พ. 44	ประธานกรรมการ
2. เสนอโครงการต่อประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด	22 เม.ย. 44	กลุ่มกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด
3. จัดเตรียมการดำเนินงาน	12 พ.ค. 44	ตาลโตนด
4. จัดทำหนังสือเชิญผู้นำในชุมชนและผู้ทรงคุณวุฒิ	5 มิ.ย. 44	กลุ่มแกนนำในชุมชน
5. จัดดำเนินงานเวทีชาวบ้าน	19 มิ.ย. 44	นักวิจัยสถาบันราชภัฏนครสวรรค์
6. ประเมินผลการจัดเวทีธุรกิจชุมชน ครั้งที่ 4	19 มิ.ย. 44	นครสวรรค์

6. ระยะเวลาดำเนินงาน เริ่มตั้งแต่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 ถึง 19 มิถุนายน พ.ศ. 2544

7. สถานที่ กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ตำบลเกษไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

8. งบประมาณ 500 บาท

### 9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 9.1 ได้รูปแบบการมีส่วนร่วม ในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมกันแก้ปัญหา
- 9.2 ได้กระบวนการเรียนรู้ไปพัฒนาในการแก้ปัญหาด้านการตลาด
- 9.3 เกิดเวทีธุรกิจชุมชนขึ้นในตำบลเกษไชย

### 10. การติดตามผล

- 10.1 ใช้แบบประเมิน
- 10.2 สังเกต ชักถาม
- 10.3 ติดตามดูผลการจัดเวที เป็นระยะๆ ในครั้งต่อไป

ผู้อนุมัติโครงการ

นายสุเทพ พลไพรินทร์

ประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑน้ำตาลโตนด

ผู้รับผิดชอบโครงการ

นางประยูร ตริยานุสรณ์

สมาชิกกลุ่ม

## 1. โครงการร้านค้าชุมชน

## 2. หลักการและเหตุผล

การจัดตั้งร้านค้าชุมชนเป็นการส่งเสริมตลาดในชุมชนและสนับสนุนให้มีสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือนอีกทั้งยังเป็นแหล่งที่สามารถสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นหลักสำคัญในการจัดร้านค้าชุมชน คือ ความต้องการของผู้รับบริการ ในด้านอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ที่จะเข้ามาซื้อสินค้าในชุมชนหรือการมาศึกษาดูงานเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และภาพพจน์ที่ดีในการสร้างเครือข่ายตลาดสินค้าในชุมชน ตลาดสินค้าในต่างอำเภอและต่างจังหวัด

ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการในชุมชนจึงสมควรที่จะช่วยกันเสริมสร้างและพัฒนาสนับสนุนให้การจัดตั้งร้านค้าชุมชนให้ปรากฏเกิดขึ้นเป็นตลาดที่ถาวร ในตำบลเกษไชย

## 3. วัตถุประสงค์

- 3.1 เพื่อส่งเสริมตลาดในชุมชนและสนับสนุนให้มีตลาดซื้อขายสินค้าอุปโภค บริโภค
- 3.2 เพื่อส่งเสริมสถานที่ที่สามารถเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ด้านการตลาดในชุมชน
- 3.3 เพื่อจัดตั้งร้านค้าชุมชน ในตำบลเกษไชย

## 4. เป้าหมาย

- 4.1 ด้านปริมาณ ในตำบลเกษไชยมีร้านค้าชุมชนมากกว่า 1 แห่ง
- 4.2 ด้านคุณภาพ เป็นแหล่งส่งเสริมการเรียนรู้ในชุมชน

## 5. แผนปฏิบัติการ

กิจกรรม	วัน เดือน ปี	ผู้รับผิดชอบโครงการ
1. ประชุมวางแผนงาน	2544 –2545	ประธานกรรมการ
1. เสนอโครงการต่อประธานองค์การบริหารส่วนตำบลเกษไชย	2544 –2545	กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด
2. ติดต่อออกแบบตลาดในชุมชน จัดซื้อวัสดุ จัดจ้าง	2544 –2545	กลุ่มแกนนำในชุมชน
3. ดำเนินการตามระเบียบการก่อสร้างร้านค้าชุมชนที่เป็นระเบียบ มีที่จอดรถ	2544 -2545	นักวิจัยสถาบันราชภัฏนครสวรรค์
4. จัดดำเนินการสร้าง	2545เป็นต้นไป	
5. ประเมินผลงานการก่อสร้าง	2545เป็นต้นไป	

6. ระยะเวลาดำเนินงาน เริ่มตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2544 ถึง พ.ศ. 2549 เป็นต้นไป

7. สถานที่ องค์การบริหารส่วนตำบลเกษไชย ตำบลเกษไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

8. งบประมาณ 150,000 บาท

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

9.1 มีศูนย์สาธิตการตลาดเกิดขึ้นในตำบลเกษไชย

9.2 มีสถานที่ส่งเสริมการเรียนรู้ในชุมชน

9.3 เศรษฐกิจในตำบลเกษไชยดีขึ้นกว่าเดิม

10. ติดตามดูผลการดำเนิน

การติดตามผลการดำเนินงานเป็นระยะๆ ภายใน 5 - 10 ปี

ผู้อนุมัติโครงการ

ผู้รับผิดชอบโครงการ

นายปัญญา คล้ายแจ้ง

นายสุเทพ พลไพรินทร์

ประธานกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบล

ประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑจากตาลโตนด

**ขั้นที่ 3 ตอนที่ 3 (C 3) สรุปบททวนสร้างความเข้าใจ การเรียนรู้ การวางแผนต่อเนื่อง**

การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนทางด้านการตลาดในแต่ละกระบวนการนั้น สามารถสรุปบททวนในกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

### สิ่งที่ได้ทำไปแล้ว

สำรวจสภาพความเป็นจริงปัจจุบันในตำบลเกษไชย

1. กำหนดความต้องการในอนาคต
2. สร้างยุทธศาสตร์การพัฒนา
3. วิเคราะห์ผลกระทบในชุมชน
4. จัดกลุ่มแบ่งกันทำงาน
5. ทำแผนปฏิบัติงาน
6. สรุปบททวนการดำเนินงาน

### สิ่งที่เป็นประโยชน์

1. เกิดการรวมกลุ่มที่มีพลังเมตตา พลังปัญญา พลังพัฒนา ซึ่งกันและกัน
2. เกิดกระบวนการเรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา
3. เกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน
4. เกิดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดและสินค้าอื่นๆ
5. เกิดการเรียนรู้เขียนโครงการและจัดทำแผนปฏิบัติการได้

### เรื่อง que ดำเนินการภายหลังการจัดกระบวนการ

เรื่อง	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
1. การจัดเวทีธุรกิจชุมชน ในตำบลเกษไชย	เมษายน – มิถุนายน พ.ศ. 2544	ประธานกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบลเกษไชย
2. การจัดตั้งร้านค้าชุมชน ในตำบลเกษไชย	ปี 2544 เป็นต้นไป	ประธานกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑจากตาลโตนด นักวิจัยสถาบันราชภัฏนครสวรรค์

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการพัฒนา

ข้อมูลผลการใช้รูปแบบการกรรสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดของสถาบันราชภัฏนครสวรรค์ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดตำบลเกยไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน ตารางที่ 4.9 ร้อยละของจำนวนผู้ประเมิน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	รวม
ชาย	12	17.9	17.9
หญิง	55	82.1	82.1
รวม	67	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.9 มีจำนวนผู้ประเมินทั้งหมด 67 คน เป็นชาย 12 คนคิดเป็นร้อยละ 17.9 และเป็นหญิง 55 คนคิดเป็นร้อยละ 82.1 พบว่าผู้ประเมินเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

### ตารางที่ 4.10 ร้อยละของจำนวนผู้ประเมินจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	รวม
ต่ำกว่า 35 ปี	14	20.9	20.9
35 – 45 ปี	29	43.3	43.3
45 ปีขึ้นไป	24	35.8	35.8
รวม	67	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ประเมินมีทั้งหมด 67 คนอายุต่ำกว่า 35 ปีจำนวน 14 คนคิดเป็นร้อยละ 20.9 อายุระหว่าง 35 – 45 ปีจำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 43.3 ผู้มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไปจำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 ผู้ประเมินส่วนใหญ่อยู่อายุระหว่าง 35 – 45 ปี

ตารางที่ 4.11 ร้อยละของจำนวนผู้ประเมินแบ่งตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	รวม
ชั้นประถมศึกษา	54	80.6	80.6
ชั้นมัธยมศึกษา	12	17.9	17.9
ปริญญาตรี	1	1.5	1.5
อื่น ๆ.....	0	0	0
รวม	67	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่ามีผู้ประเมินทั้งหมด 67 คนการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 80.6 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 17.9 การศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 1.5 ผู้ประเมินส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ระดับชั้นประถมศึกษา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินพฤติกรรมการใช้รูปแบบในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนด้านการตลาด

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	$\bar{X}$	ระดับพฤติกรรม
1.	การเข้าประชุมการจัดเวทีชาวบ้าน (เวทีธุรกิจชุมชน )	3.93	ดีมาก
2.	ระเบียบวาระการประชุม	3.70	ดีมาก
3.	การดำเนินการจัดเวทีชาวบ้าน	3.10	ดี
4.	ความสามัคคีในการจัดเวทีชาวบ้าน	3.78	ดีมาก
5.	การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	3.15	ดี
6.	การเสนอประเด็นในการแสดงความคิดเห็น	3.82	ดีมาก
7.	ความเป็นประชาธิปไตย	3.97	ดีมาก
8.	รูปแบบของเวทีชาวบ้านที่ดี	3.66	ดีมาก
9.	เวลาที่สมาชิกใช้เข้าร่วมประชุมในการจัดเวทีชาวบ้าน	3.66	ดีมาก
10.	สถานที่ในการจัดเวทีชาวบ้าน	4.00	ดีมาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่าพฤติกรรมในการจัดเวทีชาวบ้านของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในด้านการเข้าประชุมการจัดเวทีชาวบ้าน (เวทีธุรกิจชุมชน) มีค่าเฉลี่ย 3.93 ด้านระเบียบวาระการประชุมมีค่าเฉลี่ย 3.70 ด้านความสามัคคีในการจัดเวทีชาวบ้านค่าเฉลี่ย 3.78 ในด้านการเสนอประเด็นในการแสดงความคิดเห็นค่าเฉลี่ย 3.82 ด้านความเป็นประชาธิปไตยค่าเฉลี่ย 3.97 ด้านรูปแบบของเวทีชาวบ้านที่ดีค่าเฉลี่ย 3.66 ด้านเวลาที่สมาชิกใช้เข้าร่วมประชุม ค่าเฉลี่ย 3.66 ด้านสถานที่ในการจัดเวทีชาวบ้านค่าเฉลี่ย 4.00 แสดงว่ากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด มีพฤติกรรมด้านการเข้าประชุมการจัดเวทีชาวบ้าน ด้านระเบียบวาระการประชุม ด้านความสามัคคีในการจัดเวทีชาวบ้าน ด้านการเสนอประเด็นในการแสดงความคิดเห็น ด้านความเป็นประชาธิปไตย ด้านรูปแบบของเวทีชาวบ้านที่ดี ด้านเวลาที่สมาชิกใช้เข้าร่วมประชุม ด้านสถานที่ในการจัดเวทีชาวบ้าน อยู่ในระดับดีมาก

ด้านการดำเนินการจัดเวทีชาวบ้านค่าเฉลี่ย 3.10 ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย 3.15 แสดงว่ากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด มีพฤติกรรม ด้านการดำเนินการจัดเวทีชาวบ้าน ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น อยู่ในระดับดี

**ตารางที่ 4.13** ร้อยละของพฤติกรรมผู้เข้าร่วมในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
1	การเข้าร่วมประชุม		
	มีผู้นำเข้าร่วมประชุมเพียงฝ่ายเดียว	0	0
	มีชาวบ้านเข้าร่วมประชุมเพียงฝ่ายเดียว	0	0
	มีทั้งผู้นำและชาวบ้านเข้าร่วมประชุม	5	7.46
	มีทั้งผู้นำและชาวบ้านรวมทั้งหน่วยงานราชการ ภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมประชุม	62	92.54
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด ในการเข้าร่วมประชุมในการจัดเวทีชาวบ้าน มีทั้งผู้นำและชาวบ้านรวมทั้งหน่วยงานราชการ ภาครัฐและ เอกชน เข้าร่วมประชุมคิดเป็นร้อยละ 92.54 แสดงว่าพฤติกรรมในการเข้าร่วมประชุมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดนั้น ต้องมีลักษณะที่มีทั้ง ผู้นำ และชาวบ้านรวมทั้ง หน่วยงานราชการ ภาครัฐและ เอกชนเข้าร่วมประชุม

**ตารางที่ 4.14** ร้อยละของพฤติกรรมในระเบียบวาระการประชุมในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
2	ระเบียบวาระการประชุม		
	ไม่มีระเบียบวาระการประชุมและดำเนินการไม่สำเร็จ	0	0
	ระเบียบวาระการประชุมไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	0	0
	ระเบียบวาระการประชุมไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าแต่ดำเนินการได้	20	29.85
	จัดระเบียบวาระการประชุมมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและปฏิบัติ ตามได้	47	70.15
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด ในการประชุมมีการจัดระเบียบวาระการประชุมในการจัดเวทีชาวบ้าน มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและปฏิบัติตามได้ คิดเป็นร้อยละ 70.15 แสดงว่าพฤติกรรมกรรมการประชุมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในด้านระเบียบวาระการประชุมนั้นต้องมีลักษณะที่มีการจัดประชุมมีการ แจ้งให้ทราบล่วงหน้าและปฏิบัติตามได้

**ตารางที่ 4.15** ร้อยละของการดำเนินการในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
3	การดำเนินการจัดเวทีชาวบ้านในครั้งนี้		
	ดำเนินการจัดเวที โดยหน่วยราชการเป็นผู้จัดขึ้น	0	0
	ดำเนินการจัดเวทีชาวบ้านโดยผู้นำท้องถิ่น เช่น อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้านจัดขึ้น	25	37.31
	ชาวบ้านดำเนินการจัดเวทีขึ้นโดยมีผู้แนะนำ	10	14.93
	ชาวบ้านดำเนินการจัดเวทีขึ้นเอง	32	47.76
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งของด้านการตลาด ในการดำเนินการจัดเวทีชาวบ้าน ชาวบ้านดำเนินการจัดเวทีขึ้นเองคิดเป็นร้อยละ 47.76 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด การดำเนินการจัดเวทีชาวบ้าน ชาวบ้านดำเนินการจัดเวทีขึ้นเองส่วนหนึ่งและบางครั้งผู้นำท้องถิ่นเป็นผู้จัดขึ้นร่วมด้วย

**ตารางที่ 4.16** ร้อยละของพฤติกรรมความสามัคคีในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
4	ความสามัคคีในการจัดเวทีชาวบ้าน		
	ไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดเวที	0	0
	ตระหนักถึงความสำคัญการจัดเวทีแต่ไม่ให้ความร่วมมือ	0	0
	ตระหนักถึงความสำคัญการจัดเวทีและให้ความร่วมมือ	15	22.38
	ตระหนักถึงความร่วมมือเป็นสิ่งจำเป็นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน	52	77.62
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดในความสำเร็จในการจัดเวทีชาว ตระหนักถึงความร่วมมือเป็นสิ่งจำเป็นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนคิดเป็นร้อยละ 77.62 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ด้านความสำเร็จในการจัดเวทีชาวบ้าน ตระหนักถึงความร่วมมือเป็นสิ่งจำเป็นในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเป็นส่วนมาก

**ตารางที่ 4.17** ร้อยละของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
5	การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น		
	มีผู้ดำเนินการแสดงความคิดเห็นเพียงคนเดียวชาวบ้าน	0	0
	มีผู้ดำเนินการชี้แนะก่อนจึงแสดงความคิดเห็นได้	22	32.84
	มีตัวแทนในกลุ่มแสดงความคิดเห็น	13	19.40
	ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	32	47.76
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด ในการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการจัดเวทีชาวบ้าน ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นคิดเป็นร้อยละ 47.76 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเป็นส่วนใหญ่ และบางส่วนต้องมีการชี้แนะจึงสามารถแสดงความคิดเห็นได้

**ตารางที่ 4.18** ร้อยละของพฤติกรรมการเสนอประเด็นการแสดงความคิดเห็นการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
6	การเสนอประเด็นในการแสดงความคิดเห็น		
	แสดงความคิดเห็นไม่ตรงประเด็นและไม่เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม	0	0
	แสดงความคิดเห็นไม่ตรงประเด็นและยึดมั่นความคิดของตนเอง	0	0
	สามารถแสดงความคิดเห็นได้ตรงประเด็นและคล้อยตามผู้อื่น	12	17.91
	สามารถพูดได้ตรงประเด็นและสรุปได้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม	55	82.09
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด ในการเสนอประเด็นในการแสดงความคิดเห็นในการจัดเวทีชาวบ้าน สามารถพูดได้ตรงประเด็นและสรุปได้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมคิดเป็นร้อยละ 82.09 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในการเสนอประเด็นในการแสดงความคิดเห็น สามารถพูดได้ตรงประเด็นและสรุปได้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นส่วนมาก

**ตารางที่ 4.19** ร้อยละของพฤติกรรมความเป็นประชาธิปไตยในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
7	ความเป็นประชาธิปไตย		
	ไม่ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นและแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ส่วนตัว	0	0
	มีการแสดงเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่นแต่ไม่มีเหตุผล	0	0
	มีการแสดงความคิดเห็นคัดค้านแต่มีเหตุผล	2	2.99
	มีการแสดงเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างมีเหตุผล	65	97.00
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด ในความเป็นประชาธิปไตยในการจัดเวทีชาวบ้าน มีการแสดงเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างมีเหตุผลคิดเป็นร้อยละ 97.01 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในความเป็นประชาธิปไตย มีการแสดงเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างมีเหตุผลเป็นส่วนมาก

**ตารางที่ 4.20** ร้อยละของพฤติกรรมรูปแบบที่ดีในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
8	รูปแบบของเวทีชาวบ้านที่ดี		
	ไม่มีการแก้ปัญหาและไม่เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม	0	0
	มีการแก้ปัญหาแต่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม	1	1.49
	มีการแก้ปัญหาที่ไม่สมบูรณ์แต่เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม	21	31.34
	มีการแก้ปัญหาและเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม	45	67.17
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.20 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด รูปแบบที่ดีในการจัดเวทีชาวบ้าน มีการแก้ปัญหาและเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมคิดเป็นร้อยละ 67.17 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในการใช้แบบที่ดีในการจัดเวทีชาวบ้าน มีการแก้ปัญหาและเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม และบางครั้งการแก้ปัญหาอาจจะแก้ได้ไม่หมดทุกปัญหา แต่เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม

**ตารางที่ 4.21** ร้อยละของพฤติกรรมของเวลาที่สมาชิกเข้าร่วมประชุมในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
9	เวลาที่สมาชิกใช้เข้าร่วมประชุมในการจัดเวทีชาวบ้าน		
	มาหลังการดำเนินการและกลับก่อนดำเนินการ	0	0
	มาหลังการดำเนินการและกลับหลังดำเนินการ	9	13.43
	มาร่วมดำเนินการตรงเวลาแต่กลับก่อน	5	7.46
	มาร่วมดำเนินการก่อนเวลาและกลับหลังเวลา	53	79.11
	ดำเนินการ		
	รวม	67	100.00

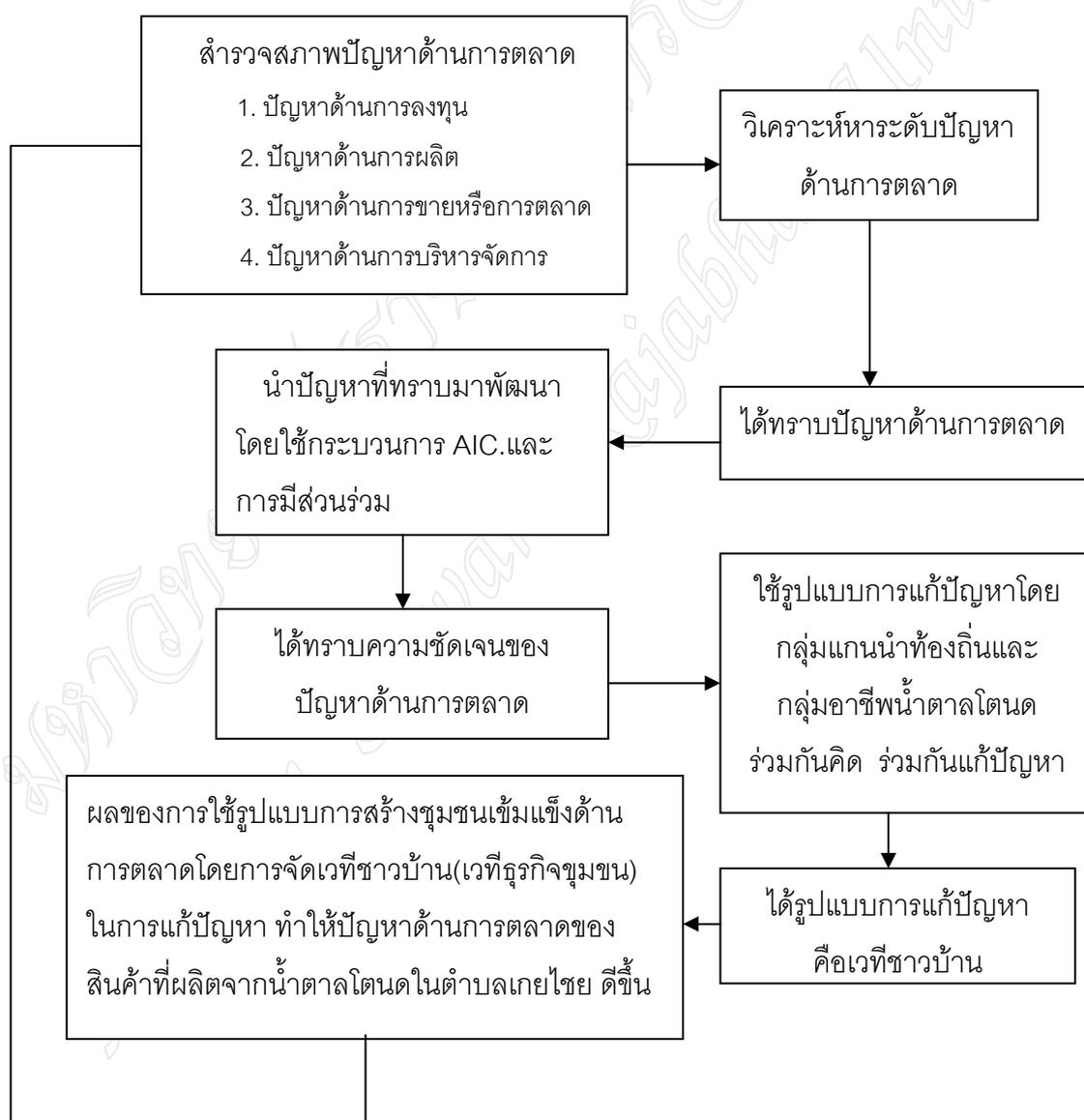
จากตารางที่ 4.21 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด การใช้เวลาที่สมาชิกเข้าร่วมประชุมในการจัดเวทีชาวบ้าน มาร่วมดำเนินการก่อนเวลาและกลับหลังเวลาดำเนินการคิดเป็นร้อยละ 79.11 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดการใช้เวลาที่สมาชิกเข้าร่วมประชุมมาร่วมดำเนินการก่อนเวลาและกลับหลังเวลาดำเนินการเป็นส่วนมาก

ตารางที่ 4.22 ร้อยละของพฤติกรรมในการใช้สถานที่ในการจัดเวทีชาวบ้าน

ลำดับที่	รายการ	จำนวนคน	ร้อยละ
10	สถานที่ในการจัดเวทีชาวบ้าน		
	ประชุมในห้องประชุมที่ติดแอร์ตามโรงแรม	0	0
	ประชุมในห้องประชุมของส่วนราชการหรือห้องประชุมขององค์การบริหาร ส่วนตำบล	0	0
	ประชุมในบริเวณลานวัด	0	0
	ประชุมในแหล่งของชุมชนที่ตรงกับสภาพของปัญหาที่ทำการ ศึกษา	67	100.00
	รวม	67	100.00

จากตารางที่ 4.22 พบว่าการใช้รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาด ในการใช้สถานที่ในการจัดเวทีชาวบ้าน ประชุมในแหล่งของชุมชนที่ตรงกับสภาพของปัญหาที่ทำการศึกษาคิดเป็นร้อยละ 100.00 แสดงว่าพฤติกรรมของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในการใช้สถานที่ในการจัดเวทีชาวบ้าน ต้องมีการจัดประชุมในแหล่งของชุมชนที่ตรงกับสภาพของปัญหาที่จะทำให้สมาชิกสามารถมองเห็นปัญหาที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน

รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดของสถาบันราชภัฏนครสวรรค์  
: กรณีศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ในตำบลเกยไชย  
อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์



ภาพที่ 4.1 รูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดของสถาบันราชภัฏนครสวรรค์