



ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนใน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายะดี จังหวัดร้อยเอ็ด

The Relationship Between Community Participation and Public Marketing Mix Factors in OTOP Community Product Development Ban Lert Moo 7, Bunglert Subdistrict, Meyavadee District, Roi Et Province.

รุ่งวิทย์ ตรีกุล<sup>1</sup> ตรีธิดา บุญทศ<sup>2</sup> ญาณกร เขตศิริสุข<sup>3</sup>

E-mail: Treetida.baac@reru.ac.th

โทรศัพท์: 08-6782-6740

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายะดี จังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายะดี จังหวัดร้อยเอ็ด ประชากรในการศึกษา คือ ประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายะดี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 393 คน (เทศบาลตำบลเมยวดี ข้อมูล ณ วันที่ 17 ธันวาคม 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายะดี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 180 คน โดยคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน (การทดสอบไคสแควร์ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายะดี จังหวัดร้อยเอ็ด มีการรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.88 และค่า S.D. = 0.43 ) และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอยายะดี จังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Chi – Square) คือ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

**คำสำคัญ:** การมีส่วนร่วม, ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน , ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The objectives of this article are: 1) to study the level of participation of the Ban Lert community; Moo 7, Bunglert Subdistrict, District 2) To study the market mix factors of Ban Lert people. Moo 7 Lert Subdistrict, Meyavadee District, Roi Et Province The population in the study is Ban Lert people. Moo 7, Bunglert Subdistrict, Meyavadee District, Roi Et Province, 393 persons (Meyavadee Subdistrict Municipality as of December 17, 2019). Moo 7, Bunglert Subdistrict, Mayawati District, Roi Et Province, 180 people, calculated from Yamane's formula (1973). Using questionnaires as data collection tools. Data analysis uses descriptive statistics (percentages, mean, and standard deviations) and inferential statistics (chi-square testing and Pearson correlation analysis)

The results of the research showed that 1) the people of Ban Lert; Moo 7, Bunglert Subdistrict, Meyavadee District, Roi Et Province There is a high level of awareness about overall community involvement ( $\bar{X}$  = 3.88 and S.D. = 0.43) and 2) market mix factors affecting the people of Ban Lert. Moo 7 The statistical significance of 0.05 (Chi-Square) is price, personnel and product factors.



**Keywords:** Participation, Local Product , Marketing Mix

<sup>1,2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาวนวัฒนกรรมการบริการและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

## ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการสร้างรายได้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจระดับฐานรากก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่า สอดคล้องกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด, 2562) ซึ่งแนวคิดนี้ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีการพัฒนาทางการผลิตสินค้า การบริหารจัดการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการของตลาด โดยการที่ให้ชุมชนต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ นำไปสู่เป้าหมาย การมีคุณภาพชีวิตที่ดีอันเป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศ และแผนพัฒนาแห่งชาติฉบับที่ 12 มีกรอบวิสัยทัศน์หลักของการวางแผนน้อมนำการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม

พื้นที่ของบ้านบุงเลศมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วง บ้านบุงเลศ ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด แปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นข้าวเกรียบโกโก้ บ้านบุงเลศ ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นกลุ่มที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องแต่ยังขาดกำลังในการผลิตเพื่อให้ได้จำนวนตรงกับความต้องการของการสั่งซื้อ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบมันม่วง บ้านบุงเลศ ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด แปรรูปผลิตภัณฑ์เป็น ข้าวเกรียบโกโก้ บ้านบุงเลศ ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด เนื่องจากผู้วิจัยได้ลงพื้นที่วิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ มีศักยภาพด้านผู้นำ และมีวัตถุดิบในชุมชนเอง สมาชิกกลุ่มพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ โดยการนำองค์ความรู้ใหม่ไปต่อยอดการพัฒนากลุ่มอาชีพของตน เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในครั้งนี้มุ่งอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าและคุณค่า เสริมรากฐานให้เศรษฐกิจของชุมชนมีความเข้มแข็ง มั่นคง ยั่งยืนตลอดไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบุงเลศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

การดำเนินการวิจัยในพื้นที่บ้านบุงเลศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในบ้านบุงเลศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 393 คน (เทศบาลตำบลมะยวดี ข้อมูล ณ วันที่ 17 ธันวาคม 2562) โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ 180 คน (Taro Yamane, 1973) ซึ่งกำหนดค่าความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานในการวิจัย โดยใช้ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบไปด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมิน และแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 180 คน โดยมีวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

### 1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7

ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 180 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 2. ดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ณ บ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

### 3. ดำเนินการใส่รหัสแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วม และข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด ในการบรรยายคุณลักษณะข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใช้การหาค่าความสัมพันธ์โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square Test) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์

## ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 54.64) มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีมากที่สุด (ร้อยละ 33.93) สถานภาพสมรสมากที่สุด (ร้อยละ 69.64) ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีมากที่สุด (ร้อยละ 66.07) ประกอบอาชีพ รับจ้าง/เกษตรกร/ช่าง มีมากที่สุด (ร้อยละ 68.93) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีมากที่สุด (ร้อยละ 69.29) และตำแหน่งการเป็นผู้นำของชุมชน ไม่มีตำแหน่งมากที่สุด (ร้อยละ 97.14)

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาการรับรู้การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

จากการรวบรวมข้อมูลและประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวมและรายด้านของประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

การมีส่วนร่วม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.94	0.43	มาก
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ	3.91	0.41	มาก
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	3.86	0.43	มาก
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.80	0.46	มาก
โดยรวม	3.88	0.43	มาก



จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรู้การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด ประชาชนมีการรับรู้ถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ( $\bar{X}$  = 3.94) ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ ( $\bar{X}$  = 3.91) และด้านการมีส่วนร่วมในการผลประโยชน์ ( $\bar{X}$  = 3.86)

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด

ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้สถิติ Chi – Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร
  2. ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร
  3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์
  4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร
- ค่า Chi – Square ดังปรากฏตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด

ตารางที่ 2 แสดงค่าการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านการมีส่วนร่วม/ ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	ด้านราคา		ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย		ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านส่งเสริมการ ขาย		ด้านลักษณะทาง กายภาพ		ด้านกระบวนการ		ด้านบุคลากร	
	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.	Chi-Square	Sig.
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	50.617	0.001*	17.366	0.176	37.025	0.000*	16.877	0.153	16.933	0.911	17.532	0.186	57.020	0.031*
การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ	28.064	0.005*	25.992	0.251	44.225	0.003*	31.826	0.082	37.801	0.018*	21.477	0.162	29.215	0.023*
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	130.306	0.000*	23.733	0.000*	45.573	0.000*	10.004	0.123	16.297	0.177	15.049	0.239	17.095	0.202
การมีส่วนร่วมในการประเมิน	27.084	0.041*	25.797	0.262	28.945	0.364	26.946	0.008*	26.603	0.099	32.458	0.009*	21.482	0.022*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภาพที่ 1 ตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด



จากค่าความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด จะเห็นว่าปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน OTOP ได้ต่อไป ดังปรากฏตามภาพที่ 2

ตารางที่ 3 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

ด้านการมีส่วนร่วม/ ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านส่งเสริมการขาย	ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ด้านกระบวนการ	ด้านบุคลากร
การมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจ	√		√				√
การมีส่วนร่วมในการ ปฏิบัติการ	√		√		√		√
การมีส่วนร่วมใน ผลประโยชน์	√	√	√				
การมีส่วนร่วมในการ ประเมิน	√			√		√	
รวมความถี่	4	1	3	1	1	1	2

ภาพที่ 2 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด

## อภิปรายผล

ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า

1. การรับรู้การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในมุมมองลูกค้าจะต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ (Caring) เป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ หากว่าการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และบอกต่อแบบปากต่อปาก (words of mouth) ไปยังผู้ที่อยู่รอบข้าง (ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์, 2561)

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอมะนัง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า

2.1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิตาภา เพื่องกรณ์ (2554) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวตลาดเก่าโคกอี อำเภอมะนัง จังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสดงราคาสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับเสน่ห์ ชูโพธิ์น้อย (2561) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้ความสำคัญในการมาเที่ยวถนนยาวราช พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว

2.2 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซ้ำ จะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร และสอดคล้องกับงานวิจัยของนนทนา ไชยบุตติ (2553) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสม

ทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการขยายธุรกิจ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของการดำเนินกิจการธุรกิจ

2.3 การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทินกร สุมิพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว (2563) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านศรีวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก และรองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของวีรยา เจริญสุข (2562) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่พบว่า ด้านกระบวนการ เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจาก การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนอำนวยความสะดวกให้กับผู้มารับบริการมากที่สุด

2.4 การมีส่วนร่วมในการประเมินมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2561) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านบุคลากรมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพ ประภาสวัสดิ์ (2554) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ทักษะคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านกระบวนการ คือด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดของส่วนประสมทางการตลาด

## สรุปผลการวิจัย

ประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด มีการรับรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรับรู้ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุด เช่น ท่านได้มีการเสนอความคิดเห็นร่วมกับชุมชน เกี่ยวกับการผลิตสินค้า OTOP ท่านได้มีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาบุคลากรทางการผลิตสินค้า OTOP และท่านได้ร่วมลงมติหรือลงความเห็นที่จะช่วยกันจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP เป็นต้น

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของประชาชนบ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากร
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์มีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินมีความสัมพันธ์ต่อด้านราคา ด้านส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการศึกษานโยบายของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง โดยให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมให้มากขึ้น ทั้งในเรื่องของการกำหนดนโยบาย แผนพัฒนาพื้นที่ และการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรในชุมชน

2. การศึกษาครั้งนี้พบว่า บ้านบึงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบึงเลิศ อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรผลักดันผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ให้มีจุดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และควรไปร่วมงานจัดแสดงสินค้าในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และระดับนานาชาติต่อไป





## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงแค่บ้านบุงเลิศ หมู่ 7 ตำบลบุงเลิศ อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด เพียงหมู่บ้านเดียว ถ้ามีการวิจัยในครั้งต่อไปควรจะศึกษาในเขตพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดร้อยเอ็ด

## เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวถนนคนเดิน จังหวัดภูเก็ต. สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ศูนย์ภูเก็ต.
- ฐิตาภา เพื่องกรณ์. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวตลาดเก่าโคยแก อำเภอมืองจังหวัดราชบุรี. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม.. มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ทินกร สุมิพันธ์ และกิตติ แก้วเขียว. (2563). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. 10(2), 1-13.
- เทศบาลตำบลเมยวดี. (2562). จำนวนประชาชนบ้านบุงเลิศ หมู่ 7 [รุ่งวิทย์ ตรีกุล, ผู้สัมภาษณ์].
- นันทนา ไชยบุตติ. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชน ประเภทผ้าเครื่องแต่งกายในอำเภอมือง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์จีนหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสยาม.
- วีรยา เจริญสุข. (2562). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. 7(1), 39-47.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. <<http://www.roiet.cdd.go.th/>> (สืบค้นเมื่อ วันที่ 17 ธันวาคม 2562).
- สุภาพ ประภาสสวัสดิ์. (2554). ทักษะและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- เสน่ห์ ชูโยธิน้อย. (2561). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากร จังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดนครราชสีมา.
- อรรถ กักพล. (2552). คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : จรัสสินทวงค์การพิมพ์.
- Taro Yamane (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3rdEd.New York. Harper and Row Publications.