

**แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว
ชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอลาแม จังหวัดภูเก็ต**
**Guidelines for developing the marketing mix for local coconut dessert
products from the Kho En community, Mai Khao Subdistrict,
Thalang District, Phuket Province**

ธีรกานต์ โพธิ์แก้ว^{1*}, จารุณี คงกุล¹, กฤต เกษตรวัฒนผล²,
มูริตา สาคร³, ศิริทิพย์ พรหมศิริ³, ธนธรณ์ ทองโอ³, กิตติกานต์ วงศ์สุวรรณ³ และนิตารัตน์ พุนแสง³
Teerakan Phokaew¹, Jarunee Khongkun¹, Krit Kasatwattanapol²,
Mutita sakorn³, Sirithip Promsiri³, Tanatorn Tong-o³, Kittikarn Wongsuwan³,
and Nidarat Phunsaeng³

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

²อาจารย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

³นักศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

¹ 1Assistant Professor, Phuket Rajabhat University

² Lecturer, Phuket Rajabhat University

³ students, Phuket Rajabhat University

*Corresponding Author Email: Teerakan.p@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวชุมชนคอเอน และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอลาแม จังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้เทคนิคการวิจัยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 7 คน และเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ สำหรับผลการวิจัย พบว่าระดับความคิดเห็นของการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว ชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอลาแม จังหวัดภูเก็ต พบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาด้านราคา รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในส่วนของแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวชุมชนคอเอน พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม เพิ่มตราที่เป็นจุดเด่นเอกลักษณ์ของชุมชน 2) ด้านราคา ตั้งราคาให้เหมาะสมกับต้นทุนและคุณภาพสินค้า ราคาควรเข้าถึงได้และไม่สูงเกินไป 3) ช่องทางการจำหน่าย ขายในระบบออนไลน์เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายที่หลากหลายขึ้นเพื่อเพิ่มตัวเลือกให้กับกลุ่มลูกค้า 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งเสริมตลาดออนไลน์จัดโปรโมชั่น เพจ Facebook ใช้ภาพและวิดีโอในการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: การพัฒนา, ส่วนประสมทางการตลาด, ผลิตภัณฑ์, ชนบทพื้นเมือง, มะพร้าว

Abstract

This research aimed to study the level of opinions on the development of marketing mix of local coconut dessert products in Ko-en community and to study the guidelines for the development of marketing mix of local coconut dessert products in Ko-en community, Mai Khao sub-district, Thalang district, Phuket province. It was mixed research using quantitative and qualitative research techniques. The sample group consisted of 400 people, 7 key informants, and research instruments including questionnaires and interview forms. The research results found that the level of opinions on the development of marketing mix of local coconut dessert products in Ko-en community, Mai Khao sub-district, Thalang district, Phuket province It was found that the highest level of opinions were in the distribution channels, followed by the price, followed by the product, and finally the marketing promotion. The overall picture was at a high level. In terms of the guidelines for developing the marketing mix of local coconut dessert products from the Ko En community, it was found that 1) in terms of products, design beautiful packaging, add a logo that is a distinctive identity of the community. 2) in terms of prices, set prices that are appropriate for the cost and quality of the product. The price should be accessible and not too high. 3) in terms of distribution channels, sell online, increase the variety of distribution channels to increase the choices for the customer group. 4) in terms of marketing promotion, promote online markets, organize promotions, Facebook pages, use images and videos for public relations.

Keywords: development, marketing mix, product, local snack, coconut

ที่มาและความสำคัญ

อาหารและขนมไทยพื้นบ้านโบราณ เป็นวัฒนธรรมที่มีคุณค่ายิ่ง มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นด้วยการสอนทำกินเองในครัวเรือนไม่มีวิธีการที่เป็นระบบ กล่าวคือ เมื่อเห็นปู่ย่าตายาย พ่อแม่ และพี่น้องทำอาหารหรือขนมหวานก็เกิดการซึมซับจนเป็นวิถีชีวิตที่ปกติของครอบครัว ชนรุ่นหลังเกิดการรับรู้การเรียนรู้ขั้นตอนการทำอาหารและขนมหวานไทยโบราณต่าง ๆ โดยอัตโนมัติ แต่มีรูปแบบของขนมบางอย่างที่ถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในสังคม การคงอยู่ของอาหารและขนมไทยพื้นบ้านโบราณ จะต้องเริ่มในครอบครัวด้วยการปลูกฝังทัศนคติค่านิยมในการทำอาหารและขนมไทย (ชวลา ละวาทิน, 2558 : 142) ปัจจุบันภูมิปัญญาการทำขนมพื้นบ้านมุสลิม กำลังจะสูญหายไปตามกาลเวลา เนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่รู้จัก และไม่นิยมรับประทานมองว่าเป็นขนมโบราณเชย ไม่ทันสมัยเหมือนรับประทานขนมอบกรอบ ที่มีให้เลือกมากมาย การกระตุ้นให้คนในพื้นที่เห็นความสำคัญของขนมพื้นเมืองหายาก สร้างจิตสำนึกในการสืบสานและอนุรักษ์ขนมพื้นเมืองหายาก ให้เป็นที่รู้จักแก่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยชีวิตประจำวันเป็นสิ่งสำคัญ (นุชฤดี รุ่ยใหม่, 2558 : 38)

ตำบลไม้ขาวเป็นตำบลที่ถือได้ว่าเป็นเมืองหน้าด่านของจังหวัดภูเก็ต มีวิถีชุมชนที่มีความงดงามไม่แพ้กัน การสร้างความเข้มแข็งให้กับชนตำบลชุมชนตำบลไม้ขาว ส่งผลกระทบให้จังหวัดภูเก็ตมีความเข้มแข็งจากที่คณะผู้วิจัยได้ไปลงพื้นที่ศึกษาชุมชนตำบลคอเอน หมู่ที่ 2 พบว่า เป็นชุมชนอิสลาม ที่มีความเข้มแข็งในการพัฒนาอาชีพ มาอย่างยาวนาน เดิมมีชื่อเสียงเรื่อง การผลิตผ้าบาติก มีภูมิปัญญาขนมไทยพื้นบ้านเป็นรากฐานในการดำเนินชีวิตของชาวบ้านที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลายาวนานส่วนใหญ่ เป็นชนิดขนมที่ทำมาจากวัตถุดิบท้องถิ่น และมีวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นมะพร้าว มีกระบวนการสืบทอดอนุรักษ์อย่างเป็นระบบจากรุ่นสู่รุ่น ประชาชนขาดรายได้ ในช่วงโควิด 19 แต่ผู้สูงอายุมีการสืบสานภูมิปัญญา แต่มีการก็เผชิญกับปัญหาหลายอย่าง เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการผลิต รวมถึงการรักษาและพัฒนาการผลิตขนมไทยพื้นบ้านที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านการเข้าถึงตลาดที่จำกัด การขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ (มาตี เครือยศ, 2567, สัมภาษณ์)

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอลาแม จังหวัดภูเก็ต โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์สังคม ทำให้ทราบปัญหาวิสาหกิจสังคม พบว่า ด้านวัตถุดิบคุณภาพมะพร้าว วัตถุดิบมะพร้าวเฉพาะหายากขึ้น ด้านบุคลากร การฝึกอบรม ชาวบ้านไม่มีทักษะเพียงพอในการจัดการกระบวนการผลิตความรู้และทักษะชุมชนขาดความรู้ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ด้านทรัพยากรมะพร้าว การแปรรูปชุมชนขาดความรู้ทักษะในการแปรรูป ขาดอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการตลาด ขาดการวิเคราะห์ความต้องการด้านการตลาด ด้านการจัดการ การบริหาร ขาดการร่วมมือและการจัดการที่ดีในชุมชน ขาดการวางแผนการผลิตการตลาด และการจัดจำหน่าย



ภาพที่ 1 เครื่องมือวิเคราะห์สังคม (ฟ้าประทาน)
ที่มา : ผู้วิจัย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญชนพื้นเมืองของชุมชนคอเอนที่มีความเข้มแข็งในการพัฒนาอาชีพมาอย่างยาวนาน มีภูมิปัญญาขนมไทยพื้นบ้านเป็นรากฐานในการดำเนินชีวิตของชาวบ้านที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลานานส่วนใหญ่ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอลาแม จังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดียิ่งขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารทาง

การตลาด ยังถือเป็นการยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชน ช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเองให้เป็นเอกลักษณ์ เป็นการช่วยบรรเทาปัญหาความยากจน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งและสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

นิยามศัพท์

การพัฒนา หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการทำให้ดีขึ้นกว่าสภาพเดิมที่เป็นอยู่ ซึ่งการพัฒนาไม่ได้แค่เปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นอย่างเดียวจะต้องมีคุณภาพ และทุกคนได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นองค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ราคา (Price) 3.สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่ไม่ได้ซึ่งอยู่ในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการบริการตามลำดับเพื่อเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จะประกอบไปด้วยความหลากหลายคุณภาพ

ขนมพื้นเมือง หมายถึง ขนมที่ถูกถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษชาวภูเก็ต รวมถึงชุมชนเอง มีกรรมวิธีที่ทำการทำอย่างละเอียดอ่อน มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ขนมพื้นเมือง ราคาไม่แพงนักและมีให้เลือกซื้อเฉพาะตอนเช้า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ศาสตรา กระจอดนอก (2552) การรวบรวมความรู้หลักการทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์นำมาประยุกต์รูปแบบของอาหาร เป็นและสังเคราะห์ใช้ผนวกกับศิลปะการจัดตกแต่งอาหารไทย เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบการจัดอาหารไทยให้แสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ไทย และมีแนวโน้มความเป็นไปได้ในการจัดอาหารไทยสำหรับธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศจากผลสรุปความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับผลการออกแบบการจัดอาหารไทยให้แสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ไทยที่สามารถทำได้สำหรับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ซึ่งการออกแบบครั้งนี้ มีแนวความคิดที่จะนำเสนออาหารไทยในรูปแบบร่วมสมัย โดยการประยุกต์ใช้ศิลปะการจัดตกแต่งอาหารไทย ซึ่งผู้วิจัยได้เห็นประโยชน์จากคุณค่าขององค์ความรู้ทั้ง 2 สาขา คือ ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบนิเทศศิลป์ และความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารไทยสามารถนำมาประยุกต์และทำให้เกิดแนวทางในการออกแบบที่นำเสนอความงามและเอกลักษณ์ไทยในการสร้างมูลค่าให้กับการส่งออกทางวัฒนธรรมได้อีกทางหนึ่ง อาหาร ภาษาประเพณีของแต่ละภูมิภาคนั้นสามารถที่จะสะท้อนวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ตามบริบทของชุมชน ศศิมา สุขสว่าง (2567) ในการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ แนวคิดที่สำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ คือผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า หรือตอบสนองต่อความคาดหวัง ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าได้ รวมทั้งมีอะไรบางอย่างที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ การพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สร้างประโยชน์ทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกของลูกค้าที่จะได้รับ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน จึงต้องมุ่งเน้นไปที่ "ความต้องการของลูกค้า และการแก้ไขปัญหาของลูกค้า" สุพัฒน์ชัย โพธิ์แก้ว (2557 : 9) กล่าวไว้ว่า การพัฒนา หมายถึง การกระทำใด ๆ ก็ตามที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยมีการวางแผนและทิศทางที่ชัดเจนไว้ล่วงหน้า ส่งผลต่อการเจริญขึ้น ดีขึ้น พร้อมทั้ง มีการจัดสรรทรัพยากรไว้อย่างพร้อมเพรียง เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมนั้น ๆ และการพัฒนาจะต้องอยู่ภายใต้การรักษาสิ่งเดิมที่ดีเอาไว้ เสริมสร้างสิ่งใหม่ พร้อมกับแก้ไขปัญหาเพื่อส่วนรวม ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุก ๆ ฝ่ายในสังคม สุธาวิ กลิ่นอุบล (2562 : 20) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไปสามารถสรุปได้เป็น 4 รูปแบบ คือ 1. การรับรู้ข่าวสาร 2. การปรึกษาหารือ 3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น 3.1 การประชุมในระดับชุมชน 3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ 3.3 การประชาพิจารณ์ 4. การร่วมในการตัดสินใจ ประเวศ ะสี (2558) เน้นการพัฒนาชุมชนที่มีความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สุตาพร ฤกษ์ชลบุตร (2558 : 10) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นองค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค ส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าหรือบริการที่จะเสนอขายสู่ผู้บริโภค 2. ราคา (Price) ราคาของสินค้าหรือบริการที่มีผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้านั้นราคาจะต้องมีมูลค่าสูงกว่าต้นทุนของสินค้าหรือบริการเพื่อจะได้เกิดส่วนต่างเป็นผลกำไรให้แก่กิจการ 3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางในการนำสินค้าเสนอขายสู่ผู้บริโภค 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กระบวนการส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้บริโภค หันมาใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกิจการ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผสมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้เครื่องมือเอกสาร แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูล ในการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ตำบลไม้ขาว หน่วยงานภาครัฐ และนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนประชากรในตำบลไม้ขาว และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ ชุมชนคอเอน รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) ระดับความคิดเห็นของการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต โดยใช้ ด้านส่วนผสมทางการตลาด 4 P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.2 แบบสัมภาษณ์ (Interview) ที่มีความครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลในการหาแนวทางการพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว

ของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต โดยด้านส่วนประสมทางการตลาด 4 P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเสนอ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้อง ด้านเนื้อหาการใช้ภาษาด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruency : IOC) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามผ่านเกณฑ์ (ปราชญ์ หล้าเบญญ์ สะ, 2559) โดยผลจากการทำ IOC รวมทั้งหมดของทุกตอนมีค่าระหว่าง 0.66 – 1 ดังนั้นเครื่องมือของ ผู้วิจัยจึงสามารถนำไปใช้ได้ทุกข้อ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์และประมวลผล ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ แจกแจงความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเทป และสรุปประเด็นเชิงเนื้อหาในภาพรวม โดยการนำมาจัดหมวดหมู่เชื่อมโยงประเด็นในการศึกษา เพื่อให้เป็นเรื่องเดียวกันและนำมาเปรียบเทียบ ซึ่งครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ขอบเขตเนื้อหา และกรอบแนวคิดในการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 และคนในชุมชน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 การศึกษา ระดับประถมศึกษา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00

1.2 ระดับความคิดเห็นการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต พบว่า ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.35) โดยเมื่อพิจารณาในรายประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4 ประเด็น ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ตรงตามความคาดหวังของคุณอยู่ในระดับมากที่สุด (4.57) รองลงมาได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวมีคุณภาพที่ดีในระดับมาก (4.37) ผลิตภัณฑ์มีการบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจอยู่ในระดับมาก (4.24) ผลิตภัณฑ์มีการประดิษฐ์ให้ดูสวยงามอยู่ในระดับมาก (4.23) ตามลำดับ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
คุณภาพของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวมีคุณภาพที่ดี	4.37	0.71	มาก
รสชาติของผลิตภัณฑ์ตรงตามความคาดหวังของคุณ	4.57	0.49	มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์มีการบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ	4.24	0.79	มาก
ผลิตภัณฑ์มีการประดิษฐ์ให้ดูสวยงาม	4.23	0.78	มาก
รวม	4.35	0.69	มากที่สุด

ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอดง จังหวัดภูเก็ต ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอดง จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.35) โดยเมื่อพิจารณาในรายประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4 ประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เป็นขนมที่มีราคาถูกอยู่ในระดับมากที่สุด (4.50) รองลงมา ได้แก่ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับปริมาณของขนมอยู่ในระดับมาก (4.45) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพวัตถุดิบอยู่ในระดับมาก (4.37) ราคาเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (4.30) ตามลำดับ ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็น ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับปริมาณของขนม	4.45	0.68	มาก
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพวัตถุดิบ	4.37	0.65	มาก
ผลิตภัณฑ์เป็นขนมที่มีราคาถูก	4.50	0.59	มาก
ราคาเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์	4.30	0.70	มาก
รวม	4.40	0.66	มาก

ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอดง จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.46) โดยเมื่อพิจารณาในรายประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4 ประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวมีการจัดจำหน่ายตามร้านค้าชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด (4.63) รองลงมา ได้แก่ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวได้ง่ายอยู่ในระดับมากที่สุด (4.55) ความเหมาะสมของสถานที่และสถานที่ตั้งขายผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวอยู่ในระดับมาก (4.38) ช่องทางการจำหน่ายที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการอยู่ในระดับมาก (4.27) ตามลำดับ ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวได้ง่าย	4.55	0.55	มากที่สุด
ช่องทางการจำหน่ายที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ	4.27	0.77	มาก
ความเหมาะสมของสถานที่และสถานที่ตั้งขายผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว	4.38	0.71	มาก
ผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวมีการจัดจำหน่ายตามร้านค้าชุมชน	4.63	0.52	มากที่สุด
รวม	4.46	0.64	มากที่สุด

ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอดงกลาง จังหวัดภูเก็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอดงกลาง จังหวัดภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.26) โดยเมื่อพิจารณาในรายประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4 ประเด็น ได้แก่ การแนะนำผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว ณ จุดขายอยู่ในระดับมาก (4.38) รองลงมา ได้แก่ การโปรโมผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับมาก (4.27) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก (4.24) มีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม (2.16) ตามลำดับ ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความหมาย
แนะนำผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว ณ จุดขาย	4.38	0.79	มากที่สุด
การโปรโมผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวผ่านช่องทางออนไลน์	4.27	0.77	มาก
การสื่อสารและประชาสัมพันธ์	4.24	0.89	มาก
มีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม	2.16	1.36	น้อย
รวม	3.76	0.93	มาก

2. แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต มีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและโดดเด่นมากขึ้น โดยเพิ่มโลโก้และรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชุมชน เพื่อดึงดูดความสนใจและทำให้ขนมพื้นเมืองสามารถเติบโตและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ด้านราคา การตั้งราคาขนมพื้นเมืองคำนึงถึงความเหมาะสมกับต้นทุนและคุณภาพสินค้า โดยต้องมีการคำนวณราคาจากต้นทุนและปริมาณสินค้าเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อที่แตกต่างกัน ราคาควรเข้าถึงได้และไม่สูงเกินไป เพื่อให้ผู้ซื้อรู้สึกคุ้มค่ากับสิ่งที่จ่ายไป การกำหนดราคาควรให้มีความหลากหลาย ส่งเสริมการควมมีการแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน และราคาควรสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

ช่องทางการจำหน่าย การขายในระบบออนไลน์ควรเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายที่หลากหลายขึ้นเพื่อเพิ่มตัวเลือกให้กับกลุ่มลูกค้า โดยเฉพาะการทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เช่น การสั่งซื้อทางโทรศัพท์ หรือการจัดตั้งร้านค้าชุมชน ซึ่งสามารถส่งสินค้าถึงบ้านได้รวดเร็ว และสถานที่ในการขายควรคำนึงถึงความสะอาดและความปลอดภัยของผู้บริโภคเพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด การแนะนำสินค้าให้ผู้บริโภคได้รู้จักขนมท้องถิ่นมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมการขายในชุมชนและส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการขายขนมที่มีเอกลักษณ์และเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น การส่งเสริมตลาดออนไลน์สำหรับขนมพื้นเมืองเน้นการโฆษณาและจัดโปรโมชั่นในตัวสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น เพจ Facebook พร้อมการใช้ภาพ และวิดีโอในการประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3 ทีมวิจัยร่วมประชุมแกนนำชุมชนกับองค์การบริหารส่วนตำบลไม้ขาว ก่อนดำเนินการวิจัย
ที่มา : คณะผู้วิจัย



ภาพที่ 4 คนรุ่นใหม่ผู้ผลิตขนมปาดา
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 5 ชุมชนร่วมเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตขนมพื้นเมือง
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 6 ขนมปาดาเป็นขนมโบราณ
ที่มีไส้เป็นมะพร้าวผสมเครื่องแกง
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 7 แนวทางการพัฒนารูปลักษณ์
ขนมปาดาให้เป็นทรงยาว
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 8 ตัวอย่างขนมพื้นเมืองโบราณ
ขนมต้มและข้าวต้มมัด
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 9 แนวทางพัฒนาการจัดวาง
ขนมสื่อสร้างสรรค์สู่คนรุ่นใหม่
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 10 การใช้ผงชาร์โคลเครือข่ายมา
ทดลองผลิตขนม
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 11 แนวทางการพัฒนาขนม
กระหึ่มไส้มะพร้าว
ที่มา: ผู้วิจัย

สรุปผลการวิจัย

ระดับความคิดเห็นของการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต พบว่า ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.38) เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก (4.46) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก (4.40) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (4.35) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (3.76) ตามลำดับ

แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม เพิ่มตราที่เป็นจุดเด่นเอกลักษณ์ของชุมชน 2) ด้านราคา ตั้งราคาให้เหมาะสมกับต้นทุนและคุณภาพสินค้า ราคาควรเข้าถึงได้และไม่สูงเกินไป 3) ช่องทางการจำหน่าย ขยายในระบบออนไลน์เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายที่หลากหลายขึ้นเพื่อเพิ่มตัวเลือกให้กับกลุ่มลูกค้า 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งเสริมตลาดออนไลน์ จัดโปรโมชั่น เพจ Facebook ใช้ภาพและวิดีโอในการประชาสัมพันธ์

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยอภิปรายผลตามประเด็นดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็นของการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวของชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต พบว่า ระดับความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (4.38) เมื่อพิจารณา ในรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก (4.46) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก (4.40) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (4.35) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (3.76) ซึ่งสอดคล้องกับ เมธัส ถิระจิตมั่น (2561) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารพาณิชย์ของโครงการแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ

ซื้ออาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านส่งเสริมการตลาด 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านนั้น ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้งด้านการค้นหาข้อมูลและด้านการประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อ

แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองจากมะพร้าวชุมชนคอเอน ตำบลไม้ขาว อำเภอลำปำ จังหวัดภูเก็ต พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม เพิ่มตราที่เป็นจุดเด่นเอกลักษณ์ของชุมชน 2) ด้านราคา ตั้งราคาให้เหมาะสมกับต้นทุนและคุณภาพสินค้า ราคาควรเข้าถึงได้และไม่สูงเกินไป 3) ช่องทางการจำหน่าย ขยายในระบบออนไลน์เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายที่หลากหลายขึ้นเพื่อเพิ่มตัวเลือกให้กับกลุ่มลูกค้า 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งเสริมตลาดออนไลน์ จัดโปรโมชั่น เพจ Facebook ใช้ภาพและวิดีโอในการประชาสัมพันธ์ **ซึ่งสอดคล้องกับ** (ปวีช อ่อนดวงค์, 2558) ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารขบเคี้ยวของกลุ่มผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาด ที่เป็นอยู่ของกลุ่มผู้ประกอบการของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารขบเคี้ยวในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า มีการพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ใหม่ ทันสมัย มีลักษณะเด่น ด้านผลิตภัณฑ์ มีการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์หลายแบบ ทั้งแบบกล่องและแบบซอง โดยมุ่งเน้นให้มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ด้านราคา ผู้ประกอบการกำหนดราคาเพื่อความอยู่รอดไม่ถูกไม่แพง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดวางสินค้าตามศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก และนำสินค้าไปแสดงตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่ทางราชการจัดขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้ตราสินค้าเดียวกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางแหล่งเรียนรู้ ฝึกอบรมผู้ประกอบการให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์ การผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อประชาสัมพันธ์ ในชุมชนหรือสถานประกอบการอย่างเป็นระบบ

2. การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองผ่านกลยุทธ์การตลาดเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางแหล่งเรียนรู้ ฝึกอบรมผู้ประกอบการให้ความรู้ เรื่องการตลาดออนไลน์ การผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ ในชุมชน+หรือสถานประกอบการอย่างเป็นระบบ

2. การศึกษาส่งเสริมผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองผ่านกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีเพราะได้รับความอนุเคราะห์ และเอาใจใส่ให้คำปรึกษา เป็นอย่างดียิ่งจาก ดร.วาสนา ศรีนวลโย อาจารย์ประจำรายวิชาปัญหาพิเศษในการพัฒนาชุมชน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรกานต์ โพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ แก้ไขปรับปรุง ข้อบกพร่อง รวมทั้งให้คำแนะนำองค์ความรู้แนวทางในการศึกษา ค้นคว้ามาโดยตลอด ทำให้วิจัยฉบับนี้ สมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะอาจารย์สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรกานต์ โพธิ์แก้ว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุณี คงกุล ดร.สุพัฒน์ชัย โพธิ์แก้ว ดร.กฤต เกษตรวัฒนผล อาจารย์พรพิมล เตียมวัง อาจารย์ศศิวรรณ โสภา และขอขอบพระคุณ นายสมเกียรติ บุตรสา ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 2 นายนครเศ สิงห์หาพะ นายมาดี เครือยศ นายธนาธิป สรรพาวุธ และสมาชิกกลุ่มทำขนมพื้นเมือง นางวัลลภา ไบลาด นางสาวลลิตา เหล็บโต๊ะหมุด และบุคคลที่เกี่ยวข้อง กับการผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมือง ซึ่งให้ความกรุณาเสียสละเวลาในการร่วมกระบวนการวิจัยในทุกมิติ ทั้งการให้ความรู้ความเข้าใจการถ่ายทอดประสบการณ์ให้ข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย อันส่งผลให้ การดำเนินงานวิจัยสำเร็จเรียบร้อยด้วยดี จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่ได้กล่าวถึง และผู้ที่ไม่ได้เอ่ยนามในที่นี้ได้มีส่วน ช่วยในการสนับสนุนให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา จึงขอขอบพระคุณทุกท่าน ด้วยความจริงใจและขอบอบ คุณประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นกตเวทิตาคุณแต่บิดามารดา ครู อาจารย์และผู้เกี่ยวข้อง ทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา ขอน้อมคารวะผู้เขียนตำรา วิชาการที่ได้ศึกษา ค้นคว้าและใช้อ้างอิงทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

- ขจรศักดิ์ จ้อยศรีเกตุ. (2559). การออกแบบขนมไทยและอัตลักษณ์ของแบรนด์เพื่อแสดงถึงวัฒนธรรม การให้ของไทย. (วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- ชวลา ละวาทิน. (2558). อาหารและขนมไทยพื้นบ้านโบราณ หมู่บ้านคลองขนมหวาน อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 10(1).เข้าถึงได้จาก: <https://shorturl.asia/r2TxX>.
- นุชฤดี รุ่ยใหม่. (2558). สืบสานและอนุรักษ์ขนมพื้นเมืองหายากของจังหวัดปัตตานี : กรณีศึกษาชุมชน ปูยุด อำเภอมะนัง จังหวัดปัตตานี. วารสารสารสนเทศ, 14(1),
- ประเวศ วะสี. (2557). ยุทธศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่น. สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. เข้าถึง ข้อมูลได้จาก : <https://www.shorturl.asia/YXAJb> (สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2567)
- ปราณี หล้าเบญจ. (2559). การหาคุณภาพของเครื่องมือวัดและประเมินผล. ยะลา : มหาวิทยาลัย ราชภัฏยะลา.
- ปวิข อ่อนดวงศ์. (2555). ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร ขบเคี้ยวของกลุ่มผู้ประกอบการในอำเภอมะนัง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารพิษณุเวชสาร, 8(2).

- เมธัส ถิระจิตมั่น. (2561). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของโครงการแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. มหาวิทยาลัยมหิดล.
เข้าถึงได้จาก: <https://n9.cv/wl7s9x> (สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2567)
- ศศิมา สุขสว่าง. (2560). **แนวคิดต้องรู้ ก่อนพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม**. เข้าถึงได้จาก:
<https://www.sasimasuk.com/16697120/5> (สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567).
- ศาดรา กระจอดนอก. (2552). **การจัดอาหารไทยให้แสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ไทย**. นครปฐม :
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุดาพร ภูณทลบุตร. (2558). **หลักการตลาดสมัยใหม่**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สุธาวิ กลิ่นอุบล. (2562). **การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตาม
แนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง: บ้านหัวเขาจีน ตำบลห้วยยางโทน อำเภอบางแพ
จังหวัดราชบุรี**. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- สุพัฒนชัย โพธิ์แก้ว. (2557). **การพัฒนาชนบทและเมือง**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บริษัท
ทริปเพิ้ล กรุ๊ป จำกัด.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities.
Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607–610.