บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทย ได้ดำเนินงานภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดกันมากขึ้น โดยได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ ซึ่งต้องเผชิญกับแรงกดดันและความเสี่ยงมากขึ้นภายใต้สถานการณ์กระแสโลกาภิวัฒน์ เป็นโลกไร้พรมแดน โดยมีการเคลื่อนย้ายคน เงินทุน องค์ความรู้ เทคโนโลยี ข่าวสาร สินค้าและบริการอย่างเสรี ทำให้การแข่งขันในตลาดโลกรุนแรงขึ้น ส่งผลให้มีการรวมตัวด้านเศรษฐกิจของกลุ่มต่างๆ ในโลกให้มีความเข้มข้นขึ้น โดยให้ความสำคัญกับประเด็นลักษณะการบูรณาการ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, หน้า 5) พระราชบัญญัติการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนารมณ์ในการประกาศใช้เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ในรูปแบบของการประกอบการวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งรัฐช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาด วิสาหกิจชุมชน จึงเป็นการจัดการ ทุน ของชุมชน โดยคนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์ โดยทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548, หน้า 20)

วิสาหกิจชุมชนจัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย แพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในด้านการดำเนินงาน บางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ทำให้เกิดปัญหาในด้านเงินทุนดำเนินงาน ซึ่งทุนของวิสาหกิจชุมชนนั้นมีทั้งทุนที่เป็นเงิน ทุนที่เป็นทรัพยากร ธรรมชาติ ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ภูมิปัญญา ทักษะต่างๆ วัฒนธรรม ทุนทางสังคม ความเป็นพี่เป็นน้อง ความไว้ใจกันของชุมชน โดยทั่วไปวิสาหกิจชุมชนจะใช้ทุนของตัวเองเป็นหลัก แต่ไม่ปฏิเสธเงินทุนจากภายนอก เมื่อได้มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ทำให้วิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้รับการรับรองตามกฎหมาย มีสิทธิในการขอรับการส่งเสริมหรือการสนับสนุนตามความต้องการ จากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และมีสิทธิในการได้รับการส่งเสริมพัฒนากิจการตามมาตรการที่คณะกรรมการ

ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจัดให้มี ในระดับปฐมภูมิ ได้รับการส่งเสริมการประกอบกิจการอย่างครบวงจร มีการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีการช่วยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเกี่ยวกับเงินทุน การจัดการฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งแก้ไขกฎระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของชุมชน และนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระดับสูงขึ้น ได้รับการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลางต่อไป และการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้น รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ ด้านการตลาด การสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่นเพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน ให้พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต (ปวันรัตน์ ดีวงษ์, 2560, หน้า 2)

แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้พวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง ในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนารมณ์เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน มีผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเอง และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบกิจการในระดับสูงขึ้นต่อไป ภายใต้แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และสังคมให้รากฐานการพัฒนาที่สำคัญด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุลเน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน รวมทั้งพัฒนาระบบการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่ไปกับการสร้างผู้ประกอบการใหม่ด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการการตลาด องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าเฉพาะถิ่น พัฒนามาตรฐานสินค้า การสร้างตราสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของกลุ่มต่างๆ ให้สอดคล้องกับความหลากหลายของชุมชน เพื่อลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2556, หน้า 2)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย ตั้งอยู่ที่ ตำบลหนองกุ่ม อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอำเภอบ่อพลอย อาชีพหลักเกือบทุกครัวเรือนคือทำการเกษตร เนื่องจากอำเภอบ่อพลอยเป็นแหล่งเกษตรที่เหมาะแก่การเพาะปลูก ประชากรในพื้นที่จึงมีอาชีพทำไร่อ้อย และสับปะรดเป็นหลัก องค์กรชุมชนมีฐานภูมิปัญญาและมีศักยภาพในการพัฒนาและพึ่งพาตนเอง สามารถเชื่อมโยงการพัฒนาด้วยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง อาศัยองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่นมาผสมผสานกับการพัฒนาสมัยใหม่ โดยมีการรวมกลุ่มกันในลักษณะวิสาหกิจชุมชน มีการสร้างผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปจากวัตถุดิบจากอ้อย เป็นน้ำเชื่อมอ้อย โดยการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น จากการดำเนินงานแปรรูปน้ำเชื่อมอ้อย ปัจจุบันพบปัญหาในการดำเนินกิจกรรม เช่น ขาดความสามารถในการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ ขาดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการทำงานแบบเครือข่ายวิสาหกิจ และขาดทรัพยากรในด้านเงินทุนสนับสนุน ขาดอำนาจในการ

ต่อรองทั้งด้านการผลิตและการตลาด ที่ไม่สามารถนำศักยภาพของกลุ่มมาใช้ให้เกิดประโยชน์ที่เกื้อกูลต่อสมาชิกและชุมชนได้มากนัก และปัญหาเรื่องแรงงาน ผลิตสินค้าได้น้อย ต้นทุนต่อหน่วยสูง ทำให้ผลตอบแทนที่ได้รับไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกำลังพบกับสภาพปัญหาหลายประเด็น อาทิ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ไม่สามารถหาตลาดเพื่อรองรับสินค้าได้อย่างชัดเจน เป็นเพียงการผลิตสินค้าเพื่ออุปโภคบริโภคและจัดจำหน่ายในจำนวนไม่มาก และสมาชิกในกลุ่มยังไม่สามารถรวมกลุ่มทำงานให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ประกอบกับยังขาดระบบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เช่น ด้านการบริหารจัดการ ขาดแรงงานในการผลิต ด้านการตลาด ด้านการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันในตลาดเข้าสู่ในระดับมาตรฐานเสริมสร้างระบบการจัดการองค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็งต่อไป (รายงานการประชุม การสรุปผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปี 2561)

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากต้องการพัฒนาศักยภาพทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และสามารถพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งยั่งยืน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ และเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งยังเป็นศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนแห่งอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน (วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย, 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple random sampling) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ในการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 196 ราย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี โดยกำหนดปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย ประกอบด้วย

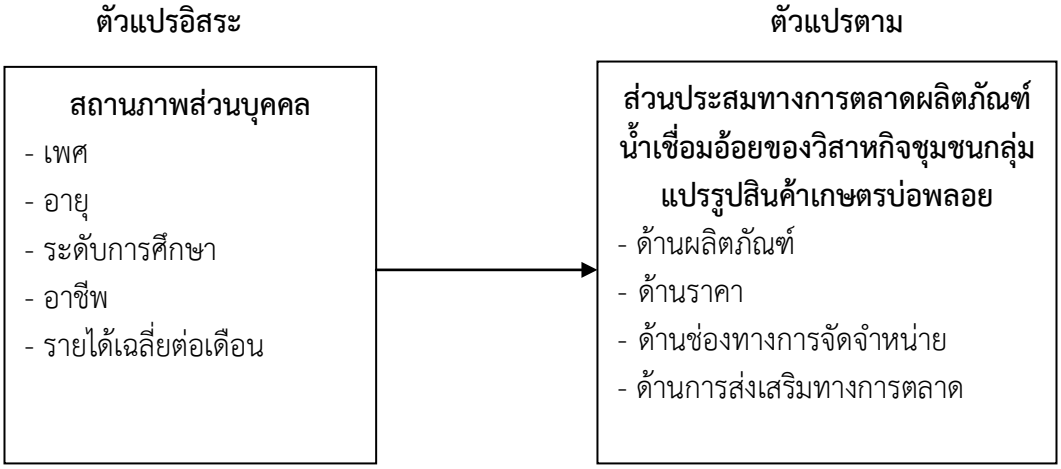
- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บข้อมูล ระหว่างเดือน สิงหาคม ถึงเดือน ตุลาคม 2561

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, หน้า 201-202) และภาวิณี กาญจนาภา (2554, หน้า 183) มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

วิสาหกิจ หมายถึง วิสาหกิจของชุมชนที่มุ่งประกอบการเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยนำวัตถุดิบทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน รวมทั้งงานวิจัยต้นแบบมาสร้างสรรค์ผลผลิตเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการขนาดเล็ก และขนาดจิ๋ว ของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองได้ เพื่อความพอเพียงของชุมชน ซึ่งในที่นี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าเกษตร หมายถึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่นำผลผลิตจากพืชและสัตว์ มาทำการแปรรูปเพื่อเป็นสินค้าเกษตร เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การผลิตปัจจัย การผลิตและเครื่องดื่ม ตลอดจนการผลิตพืช การผลิตปศุสัตว์ และการผลิตประมง

ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี หมายถึง ปัจจัยทางการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น และพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความยั่งยืน เป็นการส่งเสริมการสร้างอาชีพของชุมชนที่ได้รับการจัดการอย่างมีระบบที่สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็น

- ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยที่เสนอขายโดยวิสาหกิจชุมชน เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ได้รับการขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าจากหน่วยงานภาครัฐ น่าเชื่อถือและปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีเอกลักษณ์เฉพาะประจำท้องถิ่น
- ด้านราคา หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคาตามลักษณะของสินค้า และกำลังซื้อของผู้บริโภค มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และมีราคาถูกกว่าท้องตลาด

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และมีช่องทางการสั่งซื้อจากสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ทางอินเตอร์เน็ท/ไปรษณีย์/Facebook/Line เป็นต้น

- ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า ซึ่งเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้คำแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้บริโภค ที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ส่วนในด้านของอาชีพผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค 4 อาชีพเท่านั้น

ผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อย หมายถึง น้ำเชื่อมที่ผลิตมาจากอ้อย ใช้สำหรับเพิ่มความหวานแทนน้ำตาล ไม่มีสารเคมี ปลอดภัยและมีประโยชน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน

2. ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชนเกษตรบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ให้มีเอกลักษณ์ และดึงดูดความสนใจและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานสามารถแข่งขันในเชิงธุรกิจ

3. ทำให้ได้ข้อเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งรวมทั้งการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชน

4. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเป็นใช้เป็นแนวทางและนำไปปรับใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมอ้อยของวิสาหกิจชุมชนต่อไป