



**INARCRU III**  
งานวิจัย ครั้งที่ 3

**รวมบทความวิจัย (Proceeding)  
เล่ม 3 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**

การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ

**“งานวิจัย ครั้งที่ 3”**

“สหวิทยาการ งานวิจัย และนวัตกรรมอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นไทยก้าวไกลสู่อาเซียน”

(International Academic & Research Conference of Rajabhat University : INARCRU III)

วันที่ 20 - 22 พฤษภาคม 2558

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

มหาวิทยาลัยราชภัฏ 40 แห่งทั่วประเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

เครือข่ายวิจัยสถาบันอุดมศึกษา ภาคใต้ตอนบน

สารบัญญาคบรรยาย (ต่อ)

หน้า

การสังเคราะห์การขับเคลื่อนเครือข่ายเด็กและเยาวชนอาสาสู่การเป็นจังหวัดอุตรดิตถ์น่าอยู่ ภายใต้โครงการสร้างเสริมสุขภาพจังหวัดอุตรดิตถ์:ทำเหนือเมืองน่าอยู่ สงกรานต์ ฤกษ์แก้ว.....	157-165
การพัฒนาองค์ความรู้ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณี: กลุ่มเครื่องทองเหลืองบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ดลฤดี จันทร์แก้ว .....	166-171
การประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกระบี่ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 สุวัจน์ เพชรรัตน์.....	172-182
ศึกษาผลกระทบจากการป้องกันการกัดเซาะชายฝั่งด้วยการสร้างกำแพงไม้ไผ่ บริเวณ หมู่ 2 ตำบลคลองประสงค์ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ทัศนีย์ ประธาน.....	183-190
การออมของครัวเรือนภาคเกษตรกรรมลูกค้า ช.ก.ส. ศราวุฒิ ศรีทอง.....	191-201
อิทธิพลของการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพองค์กร: การขยายองค์ความรู้มุมมองฐานทรัพยากร จิระพงศ์ เรืองกุล .....	202-214
การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ วชิรา รินทร์ศรี.....	215-224
การประเมินความต้องการจำเป็นของสมรรถนะผู้กำกับศิลป์ในบริษัทตัวแทนโฆษณา สิทธิศักดิ์ จรรยาวุฒิ.....	225-239
ปัจจัยเกื้อหนุนและปัจจัยอุปสรรคต่อการสื่อสารรณรงค์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ นิษฐา ทรุ่นเกษม.....	240-247
การพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลอีฮซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา) อัปสร อีซอ.....	248-255
การจัดการทรัพยากรป่าชุมชนในเขตป่าสงวนของบ้านท่าทองดำ ตำบลทุ่งพระยา อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ลักษณะพร โรจน์พิทักษ์กุล.....	256-271

# การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 3”

## การพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา) Business Development According to Creative Economy. (A case Study of Yala Province Food Processing Business of Al-Ihzan Housewife Group)

อัปสร อีซอ\*

ปวีณา เจาะอารง\*\*

สุธิตา วัฒนียินย\*\*\*

ภูตรา อาแล\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ธุรกิจ ปัญหาการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเป็นงานวิจัยและพัฒนา ที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก, การสนทนากลุ่ม และการพัฒนาธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานอาหารแปรรูป จำนวน 5 คน ถึงสภาพการณ์ธุรกิจ และปัญหาการดำเนินงานธุรกิจ 2) แบบสนทนากลุ่ม เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จากลูกค้าและสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานฯ รวม 10 คน 3) แบบประเมินผลการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งศึกษาข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานฯ ทั้งหมดรวม 14 คน ทั้งในส่วนของความคิดสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากการคิดสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ ข้อมูลที่ได้ จะถูกนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพการณ์ธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ธุรกิจเริ่มต้นในปี 2555 จากการรวมตัวของคุณปิยะรัตน์ กิจนิกร และเพื่อนๆ ภายใต้ชื่อธุรกิจ “กลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานอาหารแปรรูป” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่สมาชิกแม่บ้านสตรีในชุมชน ด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ตามหลักศาสนาอิสลาม ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวมทั้งสิ้น 14 คน ยอดผลิตเฉลี่ยต่อเดือน 300 กระปุก โดยผลิตภัณฑ์มีทั้งหมด 4 สูตร อันได้แก่ น้ำพริกสวรรค์, น้ำพริกสแซบ, น้ำพริกไตปลา และน้ำพริกบูดู กำหนดราคาขาย 25 บาท ต่อกระปุก การจัดทำจำหน่ายเน้นทางตรงเป็นหลัก โดยสมาชิกกลุ่มจำหน่ายเอง ณ สถานที่ผลิต, บูธจำหน่ายในงาน/เทศกาลของจังหวัด, ร้านอาหารของสมาชิก และงานอบรมบรรยายทางศาสนา ทางกลุ่มฯ มีการส่งเสริมการตลาดบ้าง โดยการฝากประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ ในรายการของดีเจเปาะซูลี

2. ปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ปัญหาที่สำคัญเรียงตามลำดับมีดังนี้ 1) ปัญหาด้านการผลิต 2) ปัญหาด้านการตลาด และ 3) ปัญหาด้านการเงิน

3. การพัฒนาธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เน้นสร้างอัตลักษณ์ด้วยการวางตำแหน่งทางการตลาดเป็น “น้ำพริกสแซบ” ผ่านการพัฒนา 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านการผลิต, การตลาด และการเงิน ผลการพัฒนาทำให้กลุ่มแม่บ้านอัลฮิซานได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถดึงดูดใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้มีธุรกิจมียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้นจากเดิม 30%

คำสำคัญ : การพัฒนา, ธุรกิจ, อาหารแปรรูป, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

\*รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

\*\*พนักงานมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

\*\*\*พนักงานมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

\*\*\*\*พนักงานมหาวิทยาลัย สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

### Abstract

The objectives of this research were to study environmental situation and operational issues, and to develop the food processing business of Al-Ihzan housewife group, Yala province. This paper was a research & development study. Its data was collected via in-depth interview, focus group discussion, and business development. The instrument employed in the research included 1) in-depth interview form, interviewing 5 members of Al-Ihzan food processing housewife group, about the situation and operational issues of their business, 2) focus group discussion record, brainstorming towards product and packaging development from customers and Al-Ihzan housewife group members, totally 10 subjects, and 3) business development evaluation form, examining the creative thoughts and commercial usability of the creative thoughts from 14 members of Al-Ihzan food processing housewife group. The total data had to analysis, synthesis and wrote rational qualifying. The research resulted as follows.

1. Business environmental situation of Yala province food processing business of Al-Ihzan housewife group: The business started in 2012 by coalition of Ms. Piyarat Kijnikorn and friends under business title of “Al-Ihzan food processing housewife group”, with the aim to make supplemental income to housewife members in the community by producing products relevant to Islamic teachings. Currently there were 14 members. Average productivity was 300 pots per month. The processed chili paste products were produced and distributed in 4 flavors including Nampruk Rotsaab, Nampruk Sawan, Nampruk Taipla, and Nampruk Budu, sold at 25 baht per pot. Direct sale was the major channel: the products were sold at manufacturing place by group members themselves, or at a sale booth in provincially held festivals, at members’ restaurants, and directly to their friends when religious teaching sessions were held. Occasionally, marketing promotion was also favoredly broadcast through the radio program of D.J. Pohsulee.

2. Operational issues of food processing business of Al-Ihzan housewife group, Yala province: Orderly listed problems were 1) production issues 2) marketing issues 3) financial issues

3. Business development according to creative economy of Al-Ihzan food processing housewife group, Yala province: The development focused on creating uniqueness by setting the market position for “Nampruk Somkaek” which had been developed in 3 aspects including production, marketing and financing. As a result, the new product of Al-Ihzan housewife group was characterized with prominent identity distinctive from that of competitors, being attractive to both domestic and foreign customers, making the business gain 30% higher sales and profits than before.

**Key word :** Development, Business, Food Processing, Creative Economy

### บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จัดได้ว่าเป็นกลไกหลักในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ โดยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการ

แก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ ปี 2555 ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 2,781,945 ราย โดยร้อยละ 98.5 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวม

## การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 3”

ของประเทศ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 37.0 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ เป็นที่น่าสังเกตว่าจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าว วิสาหกิจขนาดย่อมกลับมีบทบาทมากกว่าทั้งด้านจำนวน การจ้างงาน และผลิตภัณฑ์มวลรวม คิดเป็นร้อยละ 97.9, 71.8 และ 24.8 ตามลำดับ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) หน่วยงานกลางของภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยตรง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งที่ผ่านมา สสว. ได้มีการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549), ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) และฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งหากพิจารณาวิเคราะห์ทิศทางการพัฒนา จะพบว่ามุ่งเน้นพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ภายใต้แนวคิดในการนำเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาของไทยผสมผสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูงขึ้น สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดโลก อันจะก่อให้เกิดการสร้างฐานรายได้ใหม่ให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

กลุ่มแม่บ้านอัลอิชซานอาหารแปรรูป จัดเป็นวิสาหกิจรายย่อยอีกแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดยะลา ที่จัดตั้งขึ้นเมื่อต้นปี 2555 มีสมาชิกรวมกันทั้งหมด 14 คน มีการรวมกลุ่มกันหารายได้เสริมโดยการผลิตสินค้าอาหารแปรรูป ซึ่งที่ผ่านมาได้จัดทำผลิตภัณฑ์น้ำพริกแปรรูปจำหน่าย มีทั้งน้ำพริกสวรรค์, น้ำพริกรสแซบ, น้ำพริกโตปลา และน้ำพริกบูดู โดยจัดจำหน่ายในชุมชน ยอดผลิตเฉลี่ยต่อเดือนมี 300 กระปุก ซึ่งจัดว่าน้อยมาก ทางกลุ่มจึงมาขอคำแนะนำในการพัฒนาทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและพัฒนาธุรกิจของกลุ่มแม่บ้าน อัลอิชซานอาหารแปรรูปตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างงาน

สร้างอาชีพ กระจายรายได้ให้กับกลุ่มแม่บ้านดังกล่าว อันจะนำมาซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนในที่สุด

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลอิชซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลอิชซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา
3. เพื่อพัฒนาธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลอิชซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ 4 ส่วน ดังนี้

1. ขอบเขตของเนื้อหา เน้นศึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลอิชซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน อันได้แก่ 1) การสร้างความคิดสร้างสรรค์ และ 2) การใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์
2. ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาในที่นี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลอิชซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 14 คน และลูกค้าของกลุ่มแม่บ้านอัลอิชซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา จำนวน 5 คน
3. ขอบเขตของพื้นที่ ทำการศึกษาวิจัยในเขตพื้นที่เทศบาลนครยะลา
4. ขอบเขตของระยะเวลาที่ศึกษา ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 ถึง กันยายน 2557

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview), การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการพัฒนาธุรกิจ (Business Development) เรียงลำดับดังนี้

1. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth

### Interview)

เป็นการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลฮิชานา โดยสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลสำคัญ (key person) อันได้แก่ ประธานกลุ่ม, รองประธาน, ตัวแทนฝ่ายผลิต, ตัวแทนฝ่ายการตลาด และตัวแทนฝ่ายการเงิน รวมทั้งสิ้น 5 คน เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ศึกษาสภาพการณ์ธุรกิจ และปัญหาการดำเนินงานธุรกิจ โดยจำแนกข้อมูลในการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป อันได้แก่ รายชื่อ ตำแหน่งความรับผิดชอบของกลุ่มเป้าหมายการสัมภาษณ์ วัน เวลา สถานที่สัมภาษณ์ ฯลฯ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสถานการณ์ธุรกิจ ซึ่งจำแนกแยกย่อยข้อมูลแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยชื่อธุรกิจ, ปีที่เริ่มก่อตั้ง, สถานที่ตั้งธุรกิจ, แนวคิดธุรกิจ และการขอรับการสนับสนุนธุรกิจจากหน่วยงานต่างๆ 2) ด้านบุคคล ซึ่งประกอบด้วยผู้ก่อตั้ง, ประธานกลุ่ม, สมาชิกช่วงเริ่มต้น และสมาชิกปัจจุบัน 3) ด้านการผลิต ซึ่งประกอบด้วยสถานที่ผลิต, ปริมาณการผลิตต่อครั้ง, ปริมาณการผลิตต่อเดือน, ปริมาณการผลิตต่อปี และขั้นตอนการผลิต 4) ด้านการเงิน ซึ่งประกอบด้วยเงินลงทุนแรกเริ่ม, แหล่งเงินทุนแรกเริ่ม, ค่าใช้จ่ายในการผลิตแต่ละครั้ง, ยอดผลิต, ยอดขาย, กำไรสุทธิ และอื่นๆ ด้านการเงิน เช่น เงินปันผล โบนัส คอมมิชชั่น ฯลฯ 5) ด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลด้านตลาดเป้าหมาย และส่วนประสมทางการตลาด อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาการดำเนินงานธุรกิจ โดยให้ระบุปัญหาหลักที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ซึ่งควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามความจำเป็นเร่งด่วนเรียงลำดับความสำคัญ 3 ปัญหา

### 2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

จัดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้การระดมความคิดเห็นจากลูกค้า และสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลฮิชานา กลุ่มละ 5 คน รวมสมาชิกสนทนากลุ่มทั้งหมด 10 คน ร่วมสนทนาพูดคุยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทั้งในส่วนของสภาพการณ์ที่เป็น ณ ปัจจุบัน

และทิศทางการพัฒนาในอนาคต โดยข้อมูลในการศึกษาจำแนกแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำพริกของทางกลุ่มแม่บ้านอัลฮิชานา ในแต่ละรสชาติ เปรียบเทียบกับน้ำพริกของคู่แข่งชั้นที่มีจำหน่ายในท้องตลาด รวมถึงข้อเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อวัสดุบรรจุภัณฑ์และฉลากบรรจุภัณฑ์ที่จะพัฒนา ซึ่งฉลากบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยข้อมูลย่อย 5 ด้าน อันได้แก่ ชื่อตรา, ชื่อประเภทน้ำพริก, โลโก้, สโลแกน และข้อมูลบนฉลาก

ทั้งนี้ผลจากการสนทนากลุ่ม ช่วยให้ได้คำตอบถึงทิศทางการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

### 3. การพัฒนาธุรกิจ (Business Development)

เป็นการศึกษาข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลฮิชานา ทั้งหมดรวม 14 คน ในลักษณะการร่วมปฏิบัติการพัฒนารวมถึงสรุปผลการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้จำแนกข้อมูลในการพัฒนาแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสร้างความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยข้อมูลภูมิปัญญา ความถนัด ความเชี่ยวชาญของกลุ่ม, อัตลักษณ์ที่มุ่งเน้น และวิธีการสื่อสารถึงอัตลักษณ์

ส่วนที่ 2 การใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลยอดขาย และกำไร เปรียบเทียบก่อนและหลังการพัฒนา

สำหรับการพัฒนาและทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร หนังสือเกี่ยวกับหลักการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากนั้นจึงได้ออกแบบเครื่องมือวิจัย และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและด้านธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน ร่วมวิพากษ์

## การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 3”

ถึงประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย รวมถึงความเหมาะสมและความสามารถในการสื่อสาร มีการทดสอบใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา จำนวน 3 คน พร้อมนำผลที่ได้ปรับปรุงเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับการรวบรวมข้อมูลในส่วนของการสัมภาษณ์เจาะลึกและการพัฒนาธุรกิจได้ดำเนินการ ณ สถานประกอบการของกลุ่มแม่บ้านอัลลอฮ์ซานา ส่วนการสนทนากลุ่ม ได้ดำเนินการ ณ ห้อง 23-603 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ จะถูกนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล

### ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สภาพการณ์ธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลลอฮ์ซานาอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ธุรกิจเริ่มต้นในปี 2555 จากการรวมตัวของคุณปิยะรัตน์ กิจนิกร และเพื่อนๆ ด้วยการระดมเงินทุนคนละ 1,000 บาท รวมตัวกันภายใต้ชื่อธุรกิจ “กลุ่มแม่บ้านอัลลอฮ์ซานาอาหารแปรรูป” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่สมาชิกแม่บ้านสตรีในชุมชน ด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวมทั้งสิ้น 14 คน สถานประกอบการตั้งอยู่เลขที่ 22 ซ.12 ถ.สิโรต ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา ยอดผลิตเฉลี่ยต่อเดือน 300 กระปุก ด้านรายได้และค่าใช้จ่ายในการผลิตและการขายแต่ละครั้ง ทางกลุ่มไม่มีการคำนวณและบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ แต่อาศัยการจดบันทึกค่าใช้จ่ายและรายได้แบบง่ายๆ บนพื้นฐานความไว้วางใจที่มีต่อกัน ซึ่งที่ผ่านมา ยังไม่มีการจัดสรรแบ่งปันกำไร เนื่องจากต้องการให้เป็นทุนกองกลางในการทำธุรกิจ หากแต่มีการจัดสรรให้ทุกคนเป็นค่าแรงในการผลิตครั้งละ 100 บาท ทางกลุ่มได้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกแปรรูป ซึ่งมีทั้งหมด 4 สูตร อันได้แก่ น้ำพริกสวรรค์, น้ำพริกรสแซบ, น้ำพริกไตปลา และน้ำพริกบูดู กำหนดราคาขาย 25 บาทต่อกระปุก การจัดจำหน่ายเน้นทางตรงเป็นหลัก โดยสมาชิกกลุ่มจำหน่ายเอง ณ สถานที่ผลิต, บูธจำหน่ายใน

งาน/เทศกาลของจังหวัด, ร้านอาหารของสมาชิก และขายตรงให้กับเพื่อนๆ เมื่อมีงานอบรมบรรยายทางศาสนา ทางกลุ่มฯ มีการส่งเสริมการตลาดบ้าง โดยการฝากประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ ในรายการของดีเจเปาะซูลี ทั้งนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ มักเป็นผู้หญิงมุสลิม อายุ 35-45 ปี สถานภาพสมรส อาชีพแม่บ้าน ข้าราชการ พนักงานวิสาหกิจ พนักงานบริษัทหรือห้างร้านต่างๆ รายได้ระดับปานกลาง เป็นคนรักครอบครัว รักเพื่อน มนุษย์สัมพันธ์ดี พฤติกรรมการซื้อ มักซื้อ 2 กระปุก 2 รสชาติ ซื้อบ่อย 2-3 ครั้ง/เดือน

2. ปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลลอฮ์ซานาอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ทางกลุ่มฯ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ปัญหาด้านการผลิต ที่สมาชิกกลุ่มต้องสับเปลี่ยนหมุนเวียนยื่นผิดตลอด 4-6 ชั่วโมง ซึ่งค่อนข้างเหนื่อยลำและลำบาก ทางกลุ่มจึงต้องการเครื่องกวนน้ำพริกเพื่อทุ่นแรง 2) ปัญหาด้านการตลาด ที่บรรจุภัณฑ์และฉลากไม่สวยงาม ไม่ได้มาตรฐาน จึงต้องการการสนับสนุนช่วยเหลือด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงทางกลุ่มขาดความรู้ ความเข้าใจถึงการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด จึงต้องการคำแนะนำด้านนี้โดยตรง 3) ปัญหาด้านการเงิน ที่ทางกลุ่มขาดความรู้ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน และการจดบันทึกรายงานด้านการเงินที่ได้มาตรฐาน จึงต้องการคำแนะนำให้ความรู้เรื่องดังกล่าว

3. การพัฒนาธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลลอฮ์ซานาอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากภูมิปัญญา ความถนัด ความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหารประเภทน้ำพริก ผนวกกับจุดเด่นความได้เปรียบเรื่องวัตถุดิบที่มีส่วนผสมของส้มแขก ซึ่งดีต่อสุขภาพและมีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ จึงนำมาซึ่งการกำหนดอัตลักษณ์ด้วยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็น “น้ำพริกส้มแขก” ซึ่งผ่านการดำเนินงานพัฒนา 3 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านการผลิต โดยการจัดซื้อเครื่องกวนน้ำพริกมอบให้ทางกลุ่มฯ 1 เครื่องในราคา 30,000 บาท (สามหมื่นบาทถ้วน) เพื่อทุ่นแรง สร้างความสะดวกด้านการผลิตให้กับทางกลุ่ม รวมถึงบูรณาการการทำงานร่วมกับคณาจารย์คณะ

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ในการพัฒนาระดับสถานที่ผลิตให้ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหาร (GMP) ทำให้ทางกลุ่มฯ ได้รับเครื่องหมาย ออย. และฮาลาล ในที่สุด

3.2 ด้านการตลาด โดยการปรับเปลี่ยนชื่อเรียกผลิตภัณฑ์เป็น “น้ำพริกส้มแขก” ซึ่งมีหนึ่งเดียวในประเทศไทย ควบคู่กับพัฒนารสชาติผลิตภัณฑ์กำหนดเป็น 3 สูตร ดังนี้ น้ำพริกส้มแขก สูตรสวรรค์, สูตรแซ่บ และสูตรทรงเครื่อง รวมถึงพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ โดยจัดทำเป็นรูปผลส้มแขก และใช้สีฟ้า สีแดง และสีม่วง ในการสื่อสารแทนสูตร น้ำพริกดังกล่าว นอกเหนือจากนี้ ยังได้พัฒนาสื่อไว้นิล ทั้งแบบภาษาไทยและแบบภาษาอังกฤษ เพื่อสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โดยเน้นประโยชน์ของส้มแขกที่ดีต่อสุขภาพและมีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภัณฑ์ “ข้าวผัดน้ำพริกส้มแขก” ที่เน้นปรุงสดใหม่ รสชาติกลมกล่อมลงตัว เพื่อดึงดูดใจลูกค้า ณ จุดจำหน่ายแสดงสินค้า รวมถึงการสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของหน่วยงานภาครัฐ อาทิ ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดยะลา, สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดยะลา, สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดยะลา, หอการค้า จังหวัดยะลา และสมาคมนักธุรกิจมุสลิมยะลา ทำให้ได้รับการสนับสนุนในการออกร้านจำหน่าย ทั้งในและต่างประเทศ

3.6 ด้านการเงิน โดยการบูรณาการความร่วมมือขอความอนุเคราะห์จากอาจารย์ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบัญชี เป็นที่ปรึกษาให้ความรู้ถึงการจดบันทึกด้านการเงินแบบง่าย รวมถึงความรู้ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา ทำให้สามารถกำหนดราคาขาย 35 บาทต่อกระปุก พร้อมคำแนะนำถึงรูปแบบการส่งเสริมการตลาดโดยให้ส่วนลดราคาจากการซื้อปริมาณที่เพิ่มขึ้น จำหน่าย 3 กระปุกในราคา 100 บาท

ผลการพัฒนาทำให้กลุ่มแม่บ้านอัลอียฮานาฯ ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ แตกต่างจากคู่แข่งชั้น สามารถดึงดูดใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้มีธุรกิจมียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้นจากเดิม 30%

จากผลสรุปที่ได้ สามารถอภิปรายผลได้

ดังนี้

1. สภาพการณ์ธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลอียฮานาอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ซึ่งพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มุสลิม อายุ 35-45 ปี สถานภาพสมรส อาชีพแม่บ้าน ข้าราชการ พนักงานวิสาหกิจ พนักงานบริษัทหรือห้างร้านต่างๆ รายได้ระดับปานกลาง เป็นคนรักครอบครัว รักเพื่อนมนุษย์สัมพันธ์ดี พฤติกรรมการซื้อ มักซื้อ 2 กระปุก 2 รสชาติ ซื้อบ่อย 2-3 ครั้ง/เดือน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าผู้หญิงเป็นเพศที่มีพฤติกรรมชอบจับจ่ายใช้สอย อีกทั้งมีบทบาทหน้าที่หลักในครอบครัวถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร (Solomon, 2008) นอกเหนือจากนี้ หากวิเคราะห์ถึงอาชีพของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าว จัดอยู่รายได้ระดับปานกลางหรือมากกว่า สะท้อนถึงการมีอำนาจซื้อและมีสิทธิในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจัดเป็นคุณลักษณะสำคัญในความเป็นตลาดเป้าหมาย (Kotler, 2011) สำหรับข้อค้นพบคุณลักษณะด้านจิตวิทยาของตลาดเป้าหมาย ที่เป็นคนรักครอบครัว รักเพื่อน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมสังคมไทยเป็นแบบระบบอุปถัมภ์ ที่เน้นให้ความสำคัญกับครอบครัวและพวกพ้องเป็นหลัก ครอบครัวและเพื่อนจึงเป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (เศวตทิพย์ พงศกรรังศิลป์, 2555) อีกทั้งพฤติกรรมการซื้อ ลูกค้ามักซื้อ 2 กระปุก ซึ่งจำนวนการซื้อดังกล่าวเป็นจำนวนที่พอเหมาะขนาดของครอบครัวที่มีแนวโน้มขนาดเล็ก (Hoyer and Macinnis, 2013) ทั้งนี้ ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัสพร อีซอ และนันทิ ขจรกิตติยา (2554) ที่ศึกษาพบว่าตลาดเป้าหมายผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดยะลา ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุเฉลี่ย 30 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษาระดับอนุปริญญาถึงปริญญาตรี รายได้ระดับปานกลางหรือมากกว่า อาชีพข้าราชการ พนักงานวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว เป็นคนที่รักครอบครัว รักเพื่อน ส่วนใหญ่มักซื้อหนึ่งถึงสองหน่วยบรรจุภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์การซื้อเพื่อนำไปรับประทานเองและ/หรือรับประทานกับสมาชิกในครอบครัว

2. ปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลอียฮานาอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา จากการวิจัย



พบว่าทางกลุ่มฯ มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ทั้งปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการตลาด และปัญหาทางการเงิน ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า ปัญหาด้านการผลิต การตลาด การเงิน จัดเป็นปัญหาหลักที่สำคัญของการดำเนินงาน ที่ธุรกิจโอท็อปักเผชิญ (บุรีม โอทกานนท์ และคณะ, 2556) ซึ่งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของคุษฎี นาคเรือง และสุธิดา วัฒนฮินยง (2556) ที่วิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา โดยผลการศึกษาด้านปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กล้วยหินแปรรูปพบว่า ผลิตภัณฑ์มีปัญหาด้านการตลาด ที่ขาดลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ทำให้ขายได้ยาก และปัญหาด้านการผลิต ที่ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพการผลิต

3. การพัฒนาธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลลอฮ์ฮานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทาง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมุ่งสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ “น้ำพริกส้มแขก” ซึ่งสามารถอภิปรายได้ว่า อัตลักษณ์ดังกล่าวเป็นการกำหนดจากองค์ความรู้พื้นฐานภูมิปัญญาด้านการทำน้ำพริก ผสมกับความได้เปรียบจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ท้องถิ่นมีวัตถุดิบส้มแขกมากที่สุด สอดคล้องกับกระแสความนิยมสุขภาพของผู้บริโภค ซึ่งดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของการทำงานตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554) สอดคล้องกับงานวิจัยของอัปสร อีซอ และคณะ (2557) ที่วิจัยเรื่อง การถอดบทเรียนการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำเป็นต้องสร้างมูลค่าเพิ่มโดยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มี อัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างอาจเป็นภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม วัตถุดิบ ลักษณะเฉพาะทางพื้นที่ ฯลฯ ทั้งนี้การพัฒนาสามารถดำเนินงานได้ในหลากหลายส่วนงาน เช่น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์, ตราสินค้า, บรรจุภัณฑ์ ตลาดเป้าหมาย ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ นอกเหนือจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐ ชล

เทพ (2556) ที่วิจัยเรื่อง การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์นั้น มาจากความชอบส่วนตัวของผู้ประกอบการเป็นหลัก ประกอบกับการสั่งสมความรู้ ความสามารถ ที่ถนัดและชำนาญ สามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการสร้างเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มแม่บ้านอัลลอฮ์ฮานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา

1.1 ควรมีการใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์เพื่อการค้างานธุรกิจ ทั้งสื่อไลน์ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ อันจะช่วยสร้างแบรนด์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอีกทางหนึ่ง

1.2 ควรเพิ่มบริการรับจัดเลี้ยง/ทำอาหารกล่องงานอบรม ประชุม สัมมนา เพื่อเพิ่มช่องทางการขายอีกช่องทางหนึ่ง

1.3 ควรสร้างความชัดเจนด้านการจัดสรรแบ่งปันกำไร เพื่อสร้างขวัญ กำลังใจให้กับสมาชิก

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

2.1 การพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรมุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจระดับขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหลัก รวมถึงผู้ประกอบการที่ทำตลาดเฉพาะ (niche market) เนื่องจากมีศักยภาพด้านภูมิปัญญา และการใช้ทักษะเฉพาะด้านในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

2.2 สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีบทบาทในการส่งเสริมให้ความรู้และพัฒนาทักษะการทำงานของภาคธุรกิจในพื้นที่ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้หลักการของใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง สร้าง

## การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ “ราชภัฏวิจัย ครั้งที่ 3”

มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ โดยแบ่งการทำงาน 2 ส่วนหลัก ประกอบด้วย การสร้างความคิดสร้างสรรค์ และการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์

2.3 การพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรเน้นการดำเนินงานแบบบูรณาการหรือสร้างเครือข่าย โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนวิสาหกิจหรือสนับสนุนโอท็อป

ผู้ประกอบการธุรกิจ สถาบันการศึกษา องค์กรวิชาชีพ ฯลฯ ในการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ ทั้งผู้ประกอบการเดิมและผู้ประกอบการใหม่ ให้มีแนวคิดและยึดหลักทำงานตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาความซ้ำซ้อนในการทำงาน และทำให้ทางด้านส่งเสริมธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- ณัฐ ชลเทพ. (2556). การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดุขฎิ นาคเรือง และสุธิดา วันฉนวนยืนยง. (2556). แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา : กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กล้วยหินแปรรูป. การประชุมวิชาการระดับชาติ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ครั้งที่ 2 รวมพลังสร้างสรรค์ผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและประเทศไทย. วันที่ 19 สิงหาคม 2556 ณ อาคารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- บุริม โอทกานนท์, วรณพร เจริญวนิชชากร, จาญพัจน์ คงธนรัตน์, ณัฐกานต์ จันทระอำไพวงศ์, ประรณนา ตีสวัสดิ์, นันทิพย์ เนื่องกลิ่น และศิวนาถ พิเชียรกาญจน์. (2556). ไชรท์ส OTOP เงินล้าน. ค้นเมื่อ ตุลาคม 31, 2557  
จาก : [inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/568\\_OTOP\\_PocketBook.pdf](http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/568_OTOP_PocketBook.pdf).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ.2553-2559) ค้นเมื่อ มิถุนายน 5, 2557 จาก : [www.sme.go.th/.../03/แผนแม่บทฯ%20ฉบับที่%203.pdf](http://www.sme.go.th/.../03/แผนแม่บทฯ%20ฉบับที่%203.pdf).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2556. ค้นเมื่อ กรกฎาคม 19, 2557  
จาก : <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=2095>.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : ท็อป.
- อัปสร อีซอ และนันทิ ขจรกิตติยา. (2554). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดยะลา. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- อัปสร อีซอ, ปวีณา เจาะอารง และรุชณี ชูสารอ. (2557). การถอดบทเรียนการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- Hoyer, W.D. and Macinnis, D.J. (2013). *Consumer Behavior*. 6<sup>th</sup> ed. Boston : Houghton Mifflin Company.
- Kotler, P. (2011). *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> ed. New Jersey : Prentice-Hall International Inc.
- Solomon, M.R. (2012). *Consumer Behavior*. 14<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall International.