

สังเคราะห์งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในประเทศไทย

(ENTREPRENEURIAL CREATIVITY STRATEGY OF SMEs IN THAILAND)

ผู้สังเคราะห์งานวิจัย อาจารย์ ดร.อารีรัตน์ ปานศุภวัชร

ผู้วิจัย

1. อาจารย์ ดร.อารีรัตน์ ปานศุภวัชร
2. อาจารย์ ดร.ประวีณ ปานศุภวัชร
3. อาจารย์พัชรี จิตรระวัง

การสังเคราะห์งานวิจัยเรื่องกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการที่มีต่อได้เปรียบในด้าน
ผลิตภัณฑ์ และผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยพิจารณาถึงปัจจัยในการเกิดกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์ของ
ผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ความอึดตัวของการสะสมทักษะ และ
ความสามารถการเรียนรู้ขั้นสูง นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงอิทธิพลของการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่มีต่อ
ความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ ความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ และ ผลการ
ดำเนินงานทางการตลาด โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยเก็บข้อมูลจาก
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย จำนวน 211 บริษัท
จากการศึกษาพบว่า การติดตามโอกาสทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงรุก ความเชี่ยวชาญในการ
ประยุกต์ใช้แนวคิด และประสบการณ์ ทั้ง 3 ปัจจัยเป็นสำคัญที่สร้างความความสำเร็จให้แก่กิจการขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ในการสร้างความได้เปรียบในด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการดำเนินงานทางการตลาดที่ดี ซึ่งแต่
ละด้านเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไปไม่ได้ ดังนั้นเจ้าของกิจการฯ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา
ความสามารถด้าน การแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้จัดหาวัตถุดิบ ความอึดตัวของการสะสมทักษะ ความสามารถในการ
เรียนรู้ขั้นสูง อันเป็นเหตุปัจจัยที่สำคัญในการสร้างกลยุทธ์ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ นอกจากนั้นแล้ว
ผู้บริหารของกิจการยังสามารถกำหนด กลยุทธ์ ซึ่งประกอบไปด้วย การติดตามโอกาสทางการตลาด การพัฒนา
ผลิตภัณฑ์เชิงรุก และ ความเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้แนวคิด และประสบการณ์ เพื่อมุ่งให้เกิดความได้เปรียบใน
ด้านผลิตภัณฑ์ อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาในผลการดำเนินงานด้านการตลาดต่อไป

ตีพิมพ์วารสาร: Saekoo Areerat; Pansuppawatt Praween; Jitrawang Padcharee, 2013.

Entrepreneurial Creativity Strategy of SMEs in Thailand. International Journal of Business
Research, 13(4): 105-116.

สังเคราะห์งานวิจัยเรื่อง โครงการการศึกษาบริบทชุมชนเพื่อวางแผนการตลาด

และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจเลี้ยงปลาน้ำจืดในกระชัง

ของชุมชนบ้านหินปูน จังหวัดมหาสารคาม

ผู้สังเคราะห์งานวิจัย อาจารย์ ดร.อารีรัตน์ ปานศุภวัชร

ผู้วิจัย

อาจารย์ ดร. อารีรัตน์ แซ่คู, อาจารย์ ดร.แคทลียา ชาปะวัง, อาจารย์ ดร. เกสินี หมื่นไธสง, อาจารย์ ดร. อัจฉริยา อิศระไพบุลย์, อาจารย์ ดร. ภัชชร์ ลีวสำแดงเดช, อาจารย์ ดร.ธีรา เอราวัฒน์, อาจารย์ ดร.นริศรา แก้วสุรินทร์, อาจารย์ พัชรี จิตระวัง, อาจารย์ พิมพนิภา ท้วมรุ่งโรจน์, อาจารย์ วจนะ ภูพานี และอาจารย์ ศศวรรณ เอียงราช

การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่ผลิตสินค้าหรือบริการ สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของทุกธุรกิจ คือ การตลาด (Marketing) โดยเฉพาะส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes) ประกอบด้วยแผนกลยุทธ์ และการตัดสินใจทางการตลาดที่ประกอบด้วย 4 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เนื่องจากการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนทำให้เศรษฐกิจระดับประเทศขยายตัว ทำให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกิดขึ้นเสมอ การตลาดจึงเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้ประกอบการของแต่ละองค์การเลือกใช้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้น ปัญหาและอุปสรรคที่พบคือชาวบ้านยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนทางการตลาด ในการพัฒนาการตลาด การจัดการตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสมสำหรับสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาน้ำจืดให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

จากปัญหาและเหตุผลดังกล่าวหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ไปบริการวิชาการแก่ชุมชน บ้านหินปูน ตำบลเขาใหญ่ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรบ้านหินปูนสามารถสร้างตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาน้ำจืด และการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่า พร้อมกับมีความรู้ความเข้าใจหลักการตลาดเบื้องต้น เพื่อนำไปประยุกต์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่เหมาะสมได้

โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลากระชัง นิสิตสาขาวิชาการตลาด และสาขาวิชาการจัดการ หน่วยงานทวิภาคี รวมทั้งสิ้น 80 คน ซึ่งมีกิจกรรมและวิธีดำเนินงานผ่านกระบวนการ PDCA กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participation Learning) แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด ตราสินค้า ป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยประชากรกลุ่มเพื่อทำความเข้าใจเรื่องวัตถุประสงค์ของโครงการการดำเนินโครงการ และผลที่คาดว่าจะได้รับระหว่างสมาชิกในชุมชน อาจารย์ นิสิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดตั้งคณะกรรมการในการดำเนินงานร่วมกันจัดเตรียมเอกสาร สถานที่ พร้อมอุปกรณ์ที่ใช้ในการอบรม การอบรมแผนและการทำ WORKSHOP ทางการตลาด และการทัศนศึกษาดูงานระหว่างภาคีเครือข่าย

ผลการบูรณาการเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อสังคมและชุมชนทั้งในระดับมหาวิทยาลัยและสังคมในด้านการเรียนการสอนและการวิจัย โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้นิสิตสาขาการจัดการได้นำความรู้ที่ได้รับจากรายวิชาทางการตลาด ได้แก่ วิชาหลักการตลาด วิชาการจัดการทางการตลาด และวิชาการสื่อสารภายในองค์กร ไปลงพื้นที่เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงที่ไม่สามารถรับได้จากในชั้นเรียน จนเกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระในรายวิชาอย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้อาจารย์ผู้วิจัยได้นำความรู้และประสบการณ์จากการดำเนินโครงการฯ มาพัฒนาตำราในรายวิชาดังกล่าว โดยเน้นการถ่ายทอดในลักษณะของกรณีศึกษา

การนำไปใช้ประโยชน์ และผลกระทบที่เกิดขึ้นในด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนในการที่ลูกค้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ ทำให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้น ในทางด้านสังคมเป็นการพัฒนาการสร้างมูลค่าโดยการรวมกลุ่มระหว่าง ผู้ผลิต ผู้แปรรูป หน่วยงานภาครัฐบาล และภาคีเครือข่ายผู้เลี้ยงปลาน้ำจืดในบริเวณใกล้เคียง เพื่อทำการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาน้ำจืดไปด้วยกัน ด้านทางสิ่งแวดล้อมรณรงค์การใช้บรรจุภัณฑ์ ฉลาด และตราสินค้าที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตธรรมชาติและภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีอยู่

-จัดทำโดย คณาจารย์และนิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด (BACHELOR OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM IN MARKETING) คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

-ได้รับทุนอุดหนุนโครงการหนึ่งหลักสูตรหนึ่งชุมชน จากงบประมาณเงินแผ่นดิน ประจำปี 2556 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

-ได้รับรางวัลการนำเสนอผลงานภาคโปสเตอร์ชมเชย สาขาบริการวิชาการและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ในการประชุมทางวิชาการ "มหาวิทยาลัยมหาสารคามวิจัยครั้งที่ 9" ประจำปี พ.ศ. 2556 ในวันที่ 12 - 13 กันยายน 2556 ณ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม