



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมารानी นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1st National Conference on Research for Development,

Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)

4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้
ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรรัตน์วันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภาสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม

- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงค์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- | | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์นัยดา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิศารีย์ ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิมา พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตร |
| 23. อาจารย์ ดร.วรัชพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพโรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสถิต | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีโชติ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา | บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ล้อมมงคล | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิชัย สุริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

**การศึกษาคุณลักษณะแห่งความสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนร้านวรรณากกล้วยฉาบ
อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี**

**The Studying of Creativity of Wanna Enterprise Community, Banana chips in Cha-
um at Petchaburi**

คุณากร เปี่ยมอรุณ* จิตพนธ์ ชุมเกต**

Kunakorn Piam-arun* Jittapon Chomkate**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะความสร้างสรรค์ที่มีในผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบของร้านวรรณากกล้วยฉาบ 2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนร้านวรรณากกล้วยฉาบ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก และสัมภาษณ์แบบกลุ่มกับประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตกล้วยฉาบ กับผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งทั้งสองกลุ่มอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่าลักษณะความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบที่มีรสชาติดีและมีความสร้างสรรค์ โดยกล้วยฉาบรสปลาปริงก้า เป็นรสชาติที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากลูกค้าที่ส่วนใหญ่ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น กลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่อย่างต่อเนื่อง ด้านกลยุทธ์เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมพบว่า เป็นธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์ แต่มีปัญหาด้านของกำลังการผลิต ราคาและคุณภาพของวัตถุดิบที่ควบคุมได้ยาก

คำสำคัญ: กล้วยฉาบ, ความสร้างสรรค์, กลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์

* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ

** อาจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Abstract

This research is conducted with the objective of 1) The Studying of creativity of business 2) The studying marketing strategies and product development approach. This research was qualitative research. In-depth interview and focus group interview were used as a method to collect data. Data obtained were them analyzed to generate conclusions and to present results of this study in descriptive form. The results of this study showed that the creative thinking in the new flavor is Paprika flavor that is the best seller flavor. The strategies and product development approach. The business is the creative business but there are problems in terms of capacity. Price and quality of raw materials that is difficult to control.

Keywords: Banana chips, Creativity, Market strategy and Product development





บทนำ

โลกของธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันรุนแรง การทำธุรกิจไม่ได้แข่งขันด้วยราคาของสินค้าและต้นทุนที่ต่ำเพียงอย่างเดียว ความสำคัญในการแข่งขันธุรกิจในปัจจุบันคือความคิดสร้างสรรค์ ความคิดที่แตกต่างและการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องผ่านการศึกษาวิจัย ออกแบบและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ด้วยกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคและสามารถแข่งขันกันสินค้าอื่นที่เป็นที่นิยมในตลาดได้(ดร.เจษฎา ข. เจริญยิ่ง,2012)

แนวโน้มของผู้บริโภคในปัจจุบันที่เริ่มมองหาสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์ พิเศษและแตกต่างจากสินค้าทั่วไปและผู้บริโภคมีความยินดีที่จะจ่ายในราคาที่แพงขึ้น(Carol Tice,2014)ให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์เหล่านี้และภายใต้สังคมความคิดสร้างสรรค์ส่งผลต่อความปรารถนาและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่สูงขึ้น ต้องการข้อมูลที่มากขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ต้องการความรู้ที่เกี่ยวกับตัวสินค้ามากขึ้น เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่ดีที่สุดในการเลือกซื้อซึ่งลักษณะเหล่านี้ส่งผลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่และยังรวมถึงภาคของธุรกิจ(วารุณี สุนทรเจริญนนท์ ,2012)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 รัฐบาลได้มีการส่งเสริมเศรษฐกิจในด้านการทำเกษตรและผลิตภัณฑ์ในชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี,2554)เพื่อสามารถปรับตัวรับกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ที่ส่งผลต่อภาคการเกษตรกรรมและชุมชนที่เป็นฐานรายได้หลักและความมั่นคงด้านอาหารของประเทศก่อให้เกิดประโยชน์หลายด้าน ทั้งแหล่งสร้างงาน แหล่งผลิตอาหาร และเชื่อมโยงวิถีชีวิตของสังคมไทยมีส่วนสำคัญในการลดปัญหาความยากจน

จากนโยบายการส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ด้วยการมุ่งสร้างงานให้ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนด้วยการส่งเสริมการผลิตสินค้าจากแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่และชุมชนภายใต้แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สยุมพร ลี้ม ไทย ,2548:18-24) ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นจากการได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐในด้านการให้ความรู้และคำแนะนำ พร้อมทั้งการส่งเสริมทั้งด้านกลยุทธ์และการตลาด

จากการศึกษาเบื้องต้นจากวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตร้านวรรณนากกล้วยฉาบในพื้นที่



ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
คณะผู้วิจัยได้เห็นว่าการศึกษารวมชนดังกล่าวเป็น
หนึ่งตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในด้านการ
ประกอบธุรกิจในด้านของความคิดสร้างสรรค์ของ
ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบที่เป็นที่รู้จักกันดี จนได้รับ
ตรารับรองสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
(OTOP)ระดับ 4 ดาว

คณะผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจใน
การศึกษาคุณลักษณะแห่งความคิดสร้างสรรค์ของ
วิสาหกิจชุมชน ร้านวรรณนากล้วยฉาบในพื้นที่
ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
เพื่อให้เกิดผลการศึกษาที่มาเป็นแนวทางในการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนให้มีความ
สร้างสรรค์และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค มี
ความคิดสร้างสรรค์แตกต่าง รวมทั้งสามารถ
แข่งขันในตลาดขนาดได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ที่มีใน
ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ ของร้านวรรณนากล้วย
ฉาบ ตำบล ดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัด
เพชรบุรี
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทาง
พัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ร้านวรรณนา
กล้วยฉาบ ตำบล ดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ
จังหวัดเพชรบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในกาศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนทฤษฎีและ
เอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางใน
การศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดและหลักการพื้นฐานของ เป็น
แนวคิดที่ต้องการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการ
พัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้าง
เอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ให้มี
ตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน (กรมการ
พัฒนาชุมชน, 2545 : 6)หลักการดำเนินงาน
ของ OTOP มีดังนี้ 1.ด้านเงินทุน 2.ด้านการ
ผลิตการผลิต 3.ด้านการตลาดในการ
พัฒนาการตลาด 4.ด้านการบริหารจัดการใน
การพัฒนาการบริหารจัดการ 5.การปรับปรุง
และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านบรรจุภัณฑ์ 6.ด้าน
คุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้มี
โอกาสทางการตลาด

แนวคิดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ คือ การได้
ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าเพิ่มสำหรับ
ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีหลักในการ
พิจารณาดังนี้คือ 1.พิจารณาความต้องการและ
รสนิยมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับ
แรก 2.การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ โดยต้องใช้
ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 3.พิจารณาวัตถุประสงค์
การคัดเลือกวัตถุประสงค์ที่มีเรื่องราวที่จะสร้าง
มูลค่าเพิ่ม 4.การพิจารณาวิธีการกระบวนการผลิต
หรือวิธีการผลิต ที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่า
มากขึ้น 5.พิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ
ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 6.การ



บริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง 7.การโฆษณาการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง 8.พิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม เรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้นให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Mccathy & Pereault , Jr. (Basic Marketing, 1991 - P. 342) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดใหม่หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว(การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ ผู้ บ ริ โภ ค พื ง พ อ ใจ ผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิม)ใหม่ผลิตภัณฑ์ใหม่จำแนกได้ 3 ลักษณะคือ 1. Innovative Product หมายถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อน 2. Replacement Product of Modify Product ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด 3. Imitative or Me-too Product หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการแต่ไม่ใหม่ในท้องตลาด

แนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด มีขั้นตอนดังนี้ 1. การวิเคราะห์สภาพทางการตลาดภายนอกและภายในธุรกิจโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT 2. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือการที่ผลิตภัณฑ์ถูกจำกัดความโดยผู้บริโภค (Kotler and Armstrong อ้างถึงโดยสุวิมลแมนจริง : 2546) 3. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์คือมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคราคาและการส่งเสริมการตลาด (เสรีวงษ์มณฑา : 2542) การศึกษาถึงกลยุทธ์ 1) ด้านผลิตภัณฑ์เป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์ในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่าย 2) ด้านราคาศึกษากลยุทธ์การกำหนดราคาสินค้า 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาดศึกษากลยุทธ์การโฆษณาและกลยุทธ์การจัดการส่งเสริมการขาย

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative approach) ผู้วิจัยกำหนดวิธีการศึกษาด้วยการวิจัยแบบการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่เฉพาะเจาะจงโดยมีผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนร้านวรรณนากกล้วยฉาบ ตำบล ดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรีประกอบด้วยประธานวิสาหกิจชุมชนรองประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย



แบบสัมภาษณ์ ใช้ทำการศึกษาสมาชิก
กลุ่มแม่บ้าน ถึงประวัติการจัดตั้งกลุ่ม ลักษณะ
ผลิตภัณฑ์ สมาชิกและการบริหารงาน
กระบวนการผลิต ลักษณะบรรจุภัณฑ์ รวมถึง
สภาพปัญหาต่างๆ

เทปบันทึกเสียง ใช้บันทึกข้อมูลและบท
สัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยเอกสาร เป็นการศึกษาทำ
ความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่
เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบและทิศทางในการ
ดำเนินงานวิจัย

การวิจัยภาคสนาม ด้วยการสัมภาษณ์
แบบสนทนากลุ่ม (Focus group interview)
ได้แก่ ประธาน รองประธานและสมาชิก
วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตกล้วยฉาบ ในพื้นที่อำเภอ
หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์รวบรวมข้อมูลจา
การสนทนากับผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่เฉพะ
เจาะจงโดยกำหนดหัวข้อเพื่อเป็นกรอบในการ
จัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและจดบันทึก
ข้อมูลรวมถึงการสังเกตเพื่อใช้ในการอภิปราย
ผลการวิจัย

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เป็นการ
ประสานงานให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมาพบปะ
เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสพการณ์ใน
ประเด็นปัญหาที่สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจ
ชุมชนวิเคราะห์ร่วมกัน นำไปสู่การปรับปรุงและ

พัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบให้เกิดความ
สร้างสรรค์ และสามารถแข่งขันในตลาดได้ และ
ขณะทำการประชุมผู้วิจัยจะทำการสังเกต
พฤติกรรมของสมาชิกและจดบันทึกเพื่อนำไป
วิเคราะห์และอภิปรายผล

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของ
ข้อมูลผู้วิจัยได้ศึกษาและเลือกใช้วิธีสามเส้า
(Triangulation technique) มีวิธีการตรวจสอบ
4 วิธีคือ (สุภางค์จันทวานิช, 2553: 128-130)
ดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) คือการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่
2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) คือตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลแตกต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกตแทนที่จะใช้ผู้วิจัยคนเดียวกันสังเกตโดยตลอดในกรณีที่ไม่แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลภาคสนามควรเปลี่ยนให้มีผู้วิจัยหลายคน
3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory triangulation) คือการตรวจสอบว่าถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดอาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working hypothesis) และแนวคิดขณะที่ยังไม่มีตีความสร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละ



เหตุการณ์ปกติ นักวิจัยจะตรวจสอบสามเข้า
ด้านทฤษฎีได้ยากกว่าตรวจสอบด้านอื่น

4. การตรวจสอบสามเข้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล
(Methodological triangulation) คือการใช้วิธี
เก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูล
เรื่องเดียวกันเช่นใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการ
ซักถาม

การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
งานวิจัยชิ้นนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ
(Qualitative approach) ผู้วิจัยนำผลการศึกษา
จากเอกสาร การสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล
และข้อมูลจากการสังเกต นำมาแยกแยะเนื้อหา
สาระเป็นกลุ่มข้อมูลตามโครงสร้างเนื้อหาที่
กำหนดไว้และทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา
(Content Analysis) โดย นำ มา ส ร ู ป ผล
การศึกษาในรูปแบบการพรรณนาหรือบรรยาย
ความ

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยสามารถ
สรุปคุณลักษณะความสร้างสรรค์ที่มีใน
ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ ของร้านวรรณนากกล้วย
ฉาบ ตำบล ดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัด
เพชรบุรีดังนี้

ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ความสร้างสรรค์ของตัว
ผลิตภัณฑ์ของร้านวรรณนากกล้วยฉาบได้ตาม
หัวข้อดังนี้

**การพิจารณาความต้องการและระสนิยมของ
ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย** ทางกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนร้านวรรณนากกล้วยฉาบได้พิจารณาความ
ต้องการและระสนิยมของผู้บริโภคโดยการเก็บ
ข้อมูลเช่น คำติชมต่างๆจากลูกค้าและมีการให้
ทดลองชิมก่อนซื้อสินค้า

การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องแนวคิด
ต้องมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภค
ผลิตภัณฑ์ และบริบทของผลิตภัณฑ์
เป็นอย่างดี และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์

การพิจารณาวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบที่มี
เรื่องราว สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม เนื่องจาก
ประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ตำบลดอน
ขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่
ประกอบอาชีพเกษตรกรรม วัตถุดิบส่วนมากใน
พื้นที่จึงเป็นสินค้าเกษตรโดยเฉพาะกล้วยซึ่งมี
ผลผลิตจำนวนมากเพราะเป็นพื้นที่ที่มีความ
อุดมสมบูรณ์เนื่องจากมีผลผลิตจำนวนมากจึง
เกิดปัญหาสินค้าล้นตลาดทำให้ราคากวายน้อย
ตกต่ำ จึงเกิดการรวมตัวของวิสาหกิจชุมชนขึ้น
เพื่อแปรรูปกล้วยที่มีราคาตกต่ำถือเป็นการสร้าง
มูลค่าเพิ่ม

**การโฆษณาการสื่อสารอย่างต่อเนื่องในทุก
จุดที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสัมผัสถึง** การ
รับคำสั่งซื้อทางสื่อออนไลน์ และมีการนำเสนอ
สินค้าใหม่ๆผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อ
เป็นการย้ำเตือนให้ผู้บริโภคตระหนักถึง
ผลิตภัณฑ์ของเราและเป็นการรับมือต่อการ
เปลี่ยนแปลงของความต้องการผู้บริโภค





**กลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน**

การวิเคราะห์สภาพทางการตลาด
ภายนอกและภายในธุรกิจโดยใช้การวิเคราะห์
SWOT

จุดแข็ง เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งมี
ความสามัคคีกัน มีผู้นำที่ดี สมาชิกมีความคิด
สร้างสรรค์และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่
อย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน จำนวนสมาชิกที่มีจำนวนน้อยทำให้มี
กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของ
ลูกค้าเมื่อสั่งสินค้าจำนวนมาก

โอกาส การสนับสนุนและช่วยเหลือจากทาง
ภาครัฐและภาคเอกชนด้านการเงินและการ
ขยายตลาดสู่ต่างประเทศ

อุปสรรค ปัญหาราคาและคุณภาพวัตถุดิบที่มี
ราคาเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและควบคุม
คุณภาพได้ยาก รวมถึง ปัญหาระดับวัตถุดิบไม่
เพียงพอสำหรับการผลิต

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทาง
การตลาดจะทำให้สามารถทราบถึงโอกาส
อุปสรรคจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจได้การวาง
ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมมีส่วนสำคัญที่
ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่จะเป็นที่จดจำของ
ผู้บริโภคซึ่งสามารถสรุปกลยุทธ์ของวิสาหกิจ
ชุมชนได้ 4 ด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ทางร้านวรรณนากกล้วยฉาบได้
คัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพดีผ่านขั้นตอนการผลิต

ที่สะอาด จนได้รับรางวัลสินค้าโอท็อป (otop)
ระดับ 4 ดาว ตัวผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย
และมีความสร้างสรรค์ด้านรสชาติเช่น กล้วย
ฉาบรสปลาปิ้งก้า ซึ่งเป็นรสชาติใหม่และขายดี
ที่สุด

ด้านการกำหนดราคาสินค้า การตั้งราคาของ
ผลิตภัณฑ์เป็นราคาที่สามารถซื้อ
รับประทานได้ คือมีราคาเริ่มต้นที่ 20 บาทใน
ปริมาณ 50 กรัม หากต้องการซื้อปริมาณมาก
ทางร้านจำหน่ายในราคา กิโลกรัมละ 80 บาท

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทางร้านมีทั้ง
การจำหน่ายปลีกและส่ง การจำหน่ายแบบปลีก
จะมีสินค้าวางจำหน่ายที่หน้าร้านและตาม
ห้างสรรพสินค้าหรือร้านขายของฝาก หากเป็น
การจำหน่ายแบบส่ง ทางลูกค้าจะมารับสินค้า
ด้วยตนเองกับทางร้าน

**ด้านการส่งเสริมการตลาดศึกษากลยุทธ์
การโฆษณาและกลยุทธ์การจัดการส่งเสริม
การขาย** มีการออกงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ
เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ารวมถึงมีการ
ประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์เพื่อให้
เข้าถึงกลุ่มลูกค้าให้มากที่สุด

**แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1.ผลิตภัณฑ์
ใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อนการ
นำวัตถุดิบอื่นๆเช่น แครอทหรือมันม่วงมาแปรร
รูป 2. ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลง
ปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วใน
ตลาดเช่น มีการเพิ่มรสชาติใหม่ๆ**



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
 The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการวิจัยเรื่องการศึกษาคณะคุณลักษณะความสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชน ร้านวรรณนากล้วยฉาบ ตำบลดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี มีประเด็นที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะความสร้างสรรค์ที่มีในผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบของร้านวรรณนากล้วยฉาบ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าผลิตภัณฑ์ของทางร้านมีความสร้างสรรค์ทางด้านรสชาติและด้านของการนำวัตถุดิบใหม่ๆมาแปรรูปให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์ ลักษณะของความใหม่เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของธุรกิจในการสร้างและใช้ความคิดใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เพื่อทำให้เกิดผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจแก่ธุรกิจได้ โดยกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบสินค้าที่ออกสู่ตลาดใหม่ลูกค้ากลุ่มนี้ยินดีและพอใจที่จะซื้อสินค้าและยอมจ่ายในราคาที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2554) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา แก้วมา (2552) ที่ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจการดำเนินและใช้แนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจถ้าหากผู้ที่สนใจดำเนินธุรกิจนี้ทำการศึกษาและมีข้อมูลธุรกิจ ย่อมมีโอกาสที่ดีกว่าในการแข่งขันระหว่างธุรกิจ

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบ ที่อยู่ในเขตเพชรบุรี แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการและผู้บริโภคอีกจำนวนมาก ที่อยู่ในเขตต่างจังหวัดซึ่งอาจจะมีแนวทางการดำเนินธุรกิจหรือความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป โดย ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต จึงควรมีการศึกษาในเขตพื้นที่อื่นด้วย

บรรณานุกรม

- กัลยา แก้วมา. (2552). **แนวทางการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารเซรามิกของไทย** (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)**. กรุงเทพฯ : 2555.



การประชุมวิชาการแสดงผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ดร.เจษฎา ช.เจริญยิ่ง.(2012).การบริหารเชิงกล
ยุทธ์กับการตรวจสอบภายใน.ค้นหา
เมื่อวันที่ 20กุมภาพันธ์ 2559 จาก
<http://www.theiiat.or.th>

วารุณี สุนทรเจริญนนท์. (2012).การสร้าง
ผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์.ค้นหา
เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2559 จาก
<http://www.amexteam.com>

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการ
พัฒนา. (2554). **เศรษฐกิจ
สร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศ
ไทย**(รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สยมพร ลิ้มไทย. (2548). "เส้นทาง OTOP:
Local Link Global Reaches ฝันจะ
เป็นจริงหรือไม่"วารสารพัฒนาชุมชน
44, 10 (มีนาคม):18-24

สุวิมล แม่นจริง. (2546). การจัดการการตลาด.
กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

Carol Tice. (2014). Creative New Business
Ideas Out There.ค้นหาเมื่อวันที่ 20
กุมภาพันธ์ 2559 จาก
<http://www.allbusiness.com>

Kotler, P., & Armstrong, G.(2002).
Principles of marketing (9th ed.).
New Delhi: Prentice Hall.

Mccathy&Pereault, Jr. (Basic Marketing.
(2008). Mcgraw