



RSNC 2020
The 11th Rajamangala Surin National Conference

Conference Proceedings

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติราชมงคลสุรินทร์ ครั้งที่ 11

“วิจัยและนวัตกรรมวิถีใหม่”

ระหว่างวันที่ 17-18 กันยายน 2563

ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วิทยาเขตสุรินทร์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน
กรณีศึกษาชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

Factors affecting the Upgrading of Community Products, Thai Rice Flour
Noodles A Case study of Sawai Jeek Community, Muang District,
Buriram Province

รวิฐา ทวีพร้อม¹ รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์² อัจฉรา หลาวทอง³ กานต์มณี การินทร์⁴ กิตติกร ฮวดศรี⁵
ชนินาถ ทิพย์อักษร⁶และกิตติกวินทร์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์⁷
สาขาวิชาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์¹
สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์^{2,3,4,5,6,7}
ผู้ประสานงาน (Corresponding Author) : drapheephan@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ การตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน กรณีศึกษาชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ บุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนที่เป็นคณะกรรมการโครงการ RISMEP และ ผู้ประกอบการผลิตขนมจีน รวมทั้งหมด 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้แก่แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตีความและสรุปความเรียง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน กรณีศึกษาชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์นั้นได้แก่ อัต ลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ การตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภท ขนมจีน

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ การตลาดออนไลน์

Abstract

The purpose of this research is to study the factors identity, government support, online marketing affecting the elevation of community products of the Thai rice flour noodle a case study of Sawai jeek community, Muang district, buriram province. This research is a qualitative research. The sample 15 groups were Small and Medium Business network committee. The tools used in the study were structured interviews and data collection by in-depth interviews. Analyze data by interpreting and summarizing essays. The research results were found that factors affecting the elevation of community products, Thai rice flour noodle a case study of the Sawai jeek community, Muang district, Buriram

province are as follows: product identity, government support, online marketing affecting the elevation of community products of thai rice flour noodle.

Keywords: Product identity Government support, Online marketing, Elevation community product

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติ ที่มุ่งให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากความเหลื่อมล้ำทางสังคมและนำไปสู่ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และได้ร่น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง” ของพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มาเป็นแนวทางขับเคลื่อนให้ประเทศไทยพัฒนาไปสู่เป้าหมาย อย่างไรก็ตามยุทธศาสตร์ชาตินำมาสู่การกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยใช้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดกรอบที่ชัดเจนเพื่อนำนโยบายสู่การปฏิบัติในระดับภูมิภาคต่อไป อย่างไรก็ตามแผนยุทธศาสตร์ชาตินำมาสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบันนี้ให้ความสำคัญกับการบูรณาการการปฏิบัติงานของทุกภาคส่วนทั้งกระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ ,2560) ซึ่งทำให้เกิดกิจกรรมอย่างชัดเจนในระดับจังหวัดและการขยายการดำเนินงานสู่ชุมชนต่อไป

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่ได้มีแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัดจนในระยะเวลา 4 ปี (2557-2560) พบว่าการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมขนส่ง เกิดการจ้างงาน การส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าวิสาหกิจชุมชน มีการรวมกลุ่มขององค์กรอิสระได้แก่สมาพันธ์เอสเอ็มอีจังหวัดบุรีรัมย์ การสร้างเครือข่ายองค์กรต่างๆ ได้แก่ ชมรมร้านอาหารจังหวัดบุรีรัมย์ ชมรมโรงแรมจังหวัดบุรีรัมย์ และกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น จากผลที่มีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการทำให้ในช่วงปี 2559 –2560 จังหวัดบุรีรัมย์มีแนวโน้มคนจนลดจรร้อยละ 24.32 ร้อยละ 20.99 (ระบบฐานข้อมูลด้านสังคมและคุณภาพชีวิต, 2562) และจากข้อมูลการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อผลักดันให้จังหวัดแห่งนี้เป็นเมืองท่องเที่ยวและเมืองกีฬาโดยกำหนดนโยบายบุรีรัมย์โมเดลและเพื่อพัฒนาสู่การเป็นเมืองสมาร์ตซิตี้ในอนาคตนั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างรากฐานด้านความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ผลผลิตภัณฑ์ชุมชน และการเป็นคนดีของคนในชุมชนของแต่ละพื้นที่ในจังหวัดโดยแบ่งการพัฒนาเป็นเขตอำเภออำเภอนำร่องดังนี้ อำเภอเมือง อำเภอนางรอง อำเภอประโคนชัย อำเภอสตึก ซึ่งแต่ละอำเภอเหล่านี้ก็จะมีสมรรถนะที่แตกต่างกัน เช่น อำเภอประโคนชัยมีทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวอารยธรรมขอม อำเภอนางรองเป็นอำเภอได้รับการยอมรับทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว สินค้าการเกษตรและเมืองอาหารรสชาติดี อำเภอสตึกซึ่งมีแม่น้ำมูลไหลผ่านเป็นแหล่งของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและเป็นพื้นที่ที่ตั้งของสนามบินจังหวัดบุรีรัมย์ และสุดท้ายอำเภอเมืองซึ่งมีสมรรถนะทั้งทรัพยากรธรรมชาติและความสะดวกสบาย ดังนั้นจากที่กล่าวมาจึงทำให้แนวโน้มการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์มีความเป็นไปได้ที่จะเป็นเมืองสมาร์ตซิตี้ อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อให้เกิดความเจริญและพัฒนาสอดคล้องกับนโยบายระดับจังหวัด งานวิจัยนี้จึงได้เลือกพื้นที่การศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอเมืองบุรีรัมย์ ซึ่งอยู่ในอำเภอนำร่องนอกจากนี้ได้เลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทขนมจีนของตำบลสายจึก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์โดยมีกลุ่มผลิตขนมจีนทั้งหมด 8 กลุ่ม อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ขนมจีนนั้นเป็นอาหารคาวที่ชาวไทยเขมรในพื้นที่ตำบลสายจึกนิยมรับประทานและมีการผลิตเส้นขนมจีนจำหน่ายส่งขายทั้งปลีกและขายส่งในตลาดบุรีรัมย์ ขนมจีนของพื้นที่นี้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าเนื่องจากเป็นขนมจีนที่ผลิตจากข้าวมะลิดินภูเขาไฟลักษณะของเส้นจะมีความเหนียวและไม่เป่าเสียวง่าย กลุ่มผู้ผลิตขนมจีนทั้ง 8 กลุ่มนี้ได้เข้าร่วมโครงการ RISMEP (Regional intergrated SME promotion mechanism) โดยมีอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน

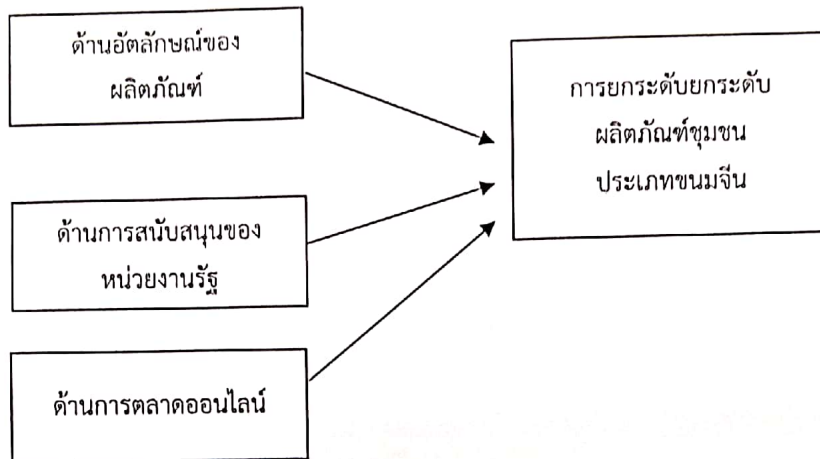
ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ให้เกิดการพัฒนาองค์กรในทุกๆ ด้านเช่นด้านการผลิต การบริหารจัดการ องค์กร ด้านการเงิน และด้านการตลาด โครงการ RISMEP เปรียบเสมือนเป็นที่เลี้ยงและให้คำปรึกษากับกลุ่มผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดเล็กให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์และธุรกิจเติบโตมีสินค้าที่ได้มาตรฐานและได้รับการยอมรับจากลูกค้า โดยจะมีการให้คำปรึกษาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ ของโครงการ RISMEP นั้นจะมีระยะเวลาในการให้คำปรึกษา แยกต่างกันไปแล้วแต่ประเภทของธุรกิจและบริบทของผู้ประกอบการ ดังนั้นเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ให้กับ ธุรกิจประเภทอื่น ในการวิจัยนี้จึงได้ทำการวิจัยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทขนมจีน ภูมิศึกษาตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน ภูมิศึกษาชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐที่ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน ภูมิศึกษาชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษา ปัจจัยด้านการตลาดออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน ภูมิศึกษา ชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดการวิจัย

นักวิชาการด้านการจัดการได้กล่าวว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนั้นจะต้องร่ำรวยทรัพยากร หรือเรียกว่าทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource based view : RBV) ได้แก่ 1) คุณค่าของทรัพยากร (Valuable Resources) ทรัพยากรองค์กร ได้แก่องค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเชี่ยวชาญ 2) ทรัพยากรที่หายาก (Rare Resources) คุณค่าของทรัพยากรถ้าถูกรอบครองโดยคู่แข่งหลายราย ทำให้องค์กรเหล่านั้นมีความสามารถที่จะใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรนั้นเหมือน ๆ กัน ซึ่งการดำเนินกลยุทธ์ที่คล้ายกันจึงไม่อาจสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ดังนั้น คุณสมบัตินี้คือข้อดีข้อหนึ่งของทรัพยากรคือ ต้องหายาก และผู้ที่ครอบครองทรัพยากรที่หายากเหล่านั้นจะมีความได้เปรียบ กว่า 3) ทรัพยากรที่ไม่สามารถถูกลอกเลียนแบบได้โดยสมบูรณ์ (Imperfectly Imitable Resources) คุณค่าของทรัพยากร และหายากสามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขัน 4) ทรัพยากรถูกทดแทนได้ยาก วานอร์เฟล (Wanerfelt ,1984: 172) มาร์ศรี เจชฎาปฏิพัทธ์ (2552: 79-81) และนอกจากนี้การที่องค์กรจะเกิดการพัฒนาได้นั้นจะต้องได้มีเครือข่ายที่ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และคอยสนับสนุนก็ทำให้ทรัพยากรขององค์กรมีความแตกต่างจากสินค้าในตลาดหรือคู่แข่งและทำให้เกิด ความได้เปรียบขององค์กร ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร จะนำมาอภิปรายกรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ว่าการ ที่พื้นที่ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์มีผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิภูเขาไฟและนำมาผลิตเป็นขนมจีนและขนมจีนมี ความโดดเด่นแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของที่อื่น นอกจากนี้การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการในตำบลสวายจิกเป็นผู้ผลิต ขนมจีนมาเป็นเวลานานมีความเชี่ยวชาญและมีเคล็ดลับในการผลิตเส้นขนมจีนให้มีความเหนียวนุ่มและไม่เน่าเสียง่าย จึงเป็น ความสามารถเฉพาะด้านที่ลอกเลียนแบบได้ยาก ดังนั้นทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กรจึงถูกนำมาใช้ในการอธิบายและ สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้โดยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน ภูมิศึกษาตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และนำมาสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: พัฒนาจากกรอบแนวคิดของ รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ (2562)

การวิจัยนี้ได้นิยามตัวแปรในการศึกษาดังนี้

อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ขนมจีนของชุมชนสวยจึก ซึ่งเป็นเส้นขนมจีนที่ผลิตจากข้าวหอมมะลิดินภูเขาไฟ จึงมีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความหอม และด้วยภูมิปัญญาของชาวชุมชนสวยจึกที่ได้ผลิตขนมจีนมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานประมาณ 40 ปี จึงมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ เส้นขนมจีนเหนียวนุ่มและมีความสด อีกรูตมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ประเภทแป้ง เมื่อนำมาปรุงเป็นอาหารก็จะทำให้มีรสชาติดี

การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ คือ การมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ พัฒนาชุมชน สมาพันธ์เอสเอ็มอีจังหวัดบุรีรัมย์ สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์ ได้เข้าร่วมมือเพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจซึ่งอยู่ในกลุ่มสตาร์ทอัพ และวิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อยกระดับสินค้าของจังหวัดบุรีรัมย์ให้ได้รับตราสินค้าของจังหวัด สินค้ามีคุณภาพและสามารถขายได้ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ ได้แก่ การให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการระบบบัญชี การตรวจคุณภาพสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานอาหารและยา (อย.) การลดต้นทุนการผลิตโดยการพัฒนาและลดกระบวนการผลิตที่ซ้ำซ้อน (บุษกร ถาวรประสิทธิ์ และ เกศแก้ว เจริญวิริยะภาพ, 2553)

การตลาดออนไลน์ คือ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งขายปลีก ขายส่ง และการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ในเพจบนเฟสบุ๊คที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและร้านอาหารจังหวัดบุรีรัมย์ เพจบนเฟสบุ๊คของผู้ประกอบการเอง การใช้ภาพเป็นสื่อในการให้ข้อมูลเพื่อทำให้เกิดความน่าสนใจ (Smith and Chaffey, 2005)

ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ สินค้าประเภทขนมจีน มีการแปรรูปทั้งเส้นขนมจีนสด และขนมจีนแห้ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นขนมจีน 4 สีได้แก่สีเหลืองจากฟักทอง สีม่วงจากดอกอัญชัญ สีน้ำตาลจากข้าวหอมมะลิแดง และสีขาวซึ่งเป็นสีของผลิตภัณฑ์เดิม การออกแบบหีบห่อและตราสินค้าเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ขนาดของหีบห่อผลิตภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการนำผลิตภัณฑ์ไปแปรรูปเพื่อการบริโภคมีความสะดวกและรับประทานได้ง่าย

โครงการ RISMEP คือ เป็นนโยบายของกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) การเสริมสร้างความแข็งแกร่งของระบบส่งเสริม SMEs แบบบูรณาการในพื้นที่ภูมิภาคของประเทศไทย หรือเรียกแบบย่อว่า RISMEP (Regional Integrated SME Promotion) ร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลัก พร้อมด้วยหน่วยงานพันธมิตรจำนวน 14 หน่วยงาน ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการเกษตร เครือข่ายธุรกิจ Biz Club

ประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม
หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย คณะกรรมการการอุดมศึกษา คณะกรรมการส่งเสริม
การลงทุน คณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม รวมทั้งสิ้น 18 หน่วยงาน ความร่วมมือในครั้งนี้จะช่วยกระจายโอกาสและส่งผลดีต่อ SMEs ทั่วประเทศ
ไทย ให้สามารถรับงานบริการส่งเสริมธุรกิจจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และลดระยะเวลาการ
ติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ เพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้ไปต่อได้ไกลขึ้น เนื่องจากทั้ง 18 หน่วยงานที่ร่วมมือกันในครั้งนี้
ล้วนมีความสำคัญกับการเติบโตของธุรกิจในประเทศ (สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่สมาชิกผู้ประกอบการผลิตขนมจีนในชุมชนตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีประชากร
ทั้งหมด 39 ราย และบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนที่เป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการโครงการ RISMEP จังหวัด
บุรีรัมย์ จำนวน 27 คน (Regional Integrated SME Promotion Mechanism) หรือเรียกว่าศูนย์รวมผู้เชี่ยวชาญสำหรับให้
คำปรึกษาปัญหาทางธุรกิจแบบครบวงจร

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คนประกอบด้วยบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนที่เป็นส่วนหนึ่งของ
คณะกรรมการโครงการ RISMEP จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 7 คนและ ผู้ประกอบการผลิตขนมจีนที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสวายจิก
อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 8 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากคุณสมบัติดังกล่าวทำให้
ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน เนื่องจากเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คนขึ้นไปได้
(Creswell, 1998) การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ใช้หลักการคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการ RISMEP ซึ่ง
ผู้ประกอบการผลิตขนมจีนทั้ง 8 คน ได้เข้าร่วมรับคำปรึกษาด้านการผลิตขนมจีนเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์จาก
อุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นระยะเวลาต่อเนื่อง 3 ปี ซึ่งอุตสาหกรรมจังหวัดได้จับคู่หน่วยงานที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือ
เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจและการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ภายใต้ของหน่วยงาน 14 หน่วยงานตามโครงการ
RISMEP ในระดับจังหวัดบุรีรัมย์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและได้พัฒนาจากกรอบแนวคิดการศึกษา
ของพีพรณ พงษ์อินทร์วงศ์, อัจฉรา หลาวทอง, ทศพร แก้วขวัญไกร และ กิตติกร ฮวดศรี (2562). และได้ทำการสร้าง
แบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการวิจัย มีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และนำมาสร้างเป็นนิยามตัวแปร

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างได้จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด
เกี่ยวกับด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ การตลาดออนไลน์ และการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่ง
ครอบคลุมนิยามตัวแปรที่กำหนด โดยปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการทำวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 ได้นำแบบสอบถามสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้าน
ความตรงเชิงเนื้อหา(Content Validity) และผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่คุณเชี่ยวชาญแนะนำ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลในการวิจัยดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการรวบรวมเอาไว้แล้ว อาทิ หนังสือวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ วารสาร และสื่อสิ่งพิมพ์

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คนประกอบด้วยบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนที่เป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการโครงการ RISMEP จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 7 คนและ ผู้ประกอบการผลิตขนมจีนที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 8 คน

3.3 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ใช้การรวบรวมข้อมูลในวันที่ 31 มกราคม 2563 ซึ่งเป็นการจัดประชุม คณะกรรมการโครงการ RISMEP จังหวัดบุรีรัมย์ ณ หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ และสามารถรวบรวมข้อมูลในการวิจัยได้ครบเนื่องจากการประชุมคณะกรรมการโครงการ RISMEP เป็นการติดตามการจับคู่ทางธุรกิจกับหน่วยงานให้คำปรึกษา และมีการติดตามผลการปฏิบัติงานของทีมที่ปรึกษาโครงการ RISMEP การประชุมของคณะกรรมการโครงการ RISMEP จะได้รับความร่วมมือและได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการจำนวนมาก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดหมวดหมู่ แยกแยะ เรียบเรียงและตีความหมายเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์และสามารถนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบผลการวิจัยและตอบวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่การดำเนินธุรกิจจะต้องพิจารณาเพราะหากสินค้ามีความเหมือนกับสินค้าในตลาดก็จะไม่ได้รับการยอมรับ และนอกจากจากนี้สินค้าจะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณค่า โดยเฉพาะขนมจีนที่แปรรูปจากข้าวหอมมะลิภูเขาไฟและการใช้ส่วนผสมของพืชจากธรรมชาติทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมจีนเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ

2. ปัจจัยด้านการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ คือการที่จังหวัดบุรีรัมย์โดยการนำทีมของอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ ร่วมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 6 นครราชสีมา ได้แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการ RISMEP จังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้เข้าสู่กระบวนการให้คำปรึกษาจากทุกภาคส่วนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน โดยปรับปรุงพื้นที่โรงเรือนการผลิตให้ถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสถานประกอบการ การให้คำปรึกษาการจัดการทำระบบบัญชีอย่างง่าย การตรวจสอบกระบวนการผลิตและการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นเพื่อประหยัดวัตถุดิบ เพื่อลดของเสีย ธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์หรือวิสาหกิจชุมชนซึ่งมีผลิตภัณฑ์ได้รับการสนับสนุนให้นำผลิตภัณฑ์เข้าสู่กระบวนการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และได้รับคำปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องตามหลักโภชนาการรวมทั้งทำให้ขยายอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีความสดแต่เก็บไว้ได้นานขึ้น การให้คำปรึกษาจากโครงการ RISMEP เข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน ได้แก่ เส้นขนมจีนที่ใช้กระบวนการผสมสีธรรมชาติในกระบวนการผลิตทำให้สีของเส้นขนมจีนมีสีเดียวกัน และการจับเส้นขนมจีนให้มีขนาดเท่ากันโดยใช้แบบแม่พิมพ์ และด้านการจัดการด้านบัญชี การบริหารจัดการต้นทุนการผลิตการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะดวก ง่ายในการเก็บรักษา พกพา

3. การตลาดออนไลน์ในการวิจัยนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ขนมจีนของชุมชนสวายจิกได้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการสร้างเพจบนเฟซบุ๊กของผู้ประกอบการ การเรียนรู้เทคนิคทำให้ชื่อร้านค้าได้รับความนิยมหรือปรากฏในสื่อออนไลน์โดยไม่ถูกปิดกั้นการมองเห็น รวมทั้งการได้รับการพัฒนาเทคนิคการถ่ายภาพเพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งทำให้ขนมจีนของชุมชนสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ได้รับความนิยมจากลูกค้า การเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูลการ

ประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ สินค้าต่างๆ โดยเข้ารับการฝึกทักษะการอบรมเชิงปฏิบัติการการทำตลาดออนไลน์ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจัดโดยพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์ ร่วมกับอุตสาหกรรมจังหวัดและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

4. การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ผลการศึกษาพบว่าการผลิตสินค้าให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสวยจิก เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานและได้รับตราสินค้าจังหวัดบุรีรัมย์สามารถนำมาเป็นการยืนยันว่าสินค้าได้มาตรฐาน นอกจากนี้สินค้าประเภทขนมจีน มีการแปรรูปทั้งเส้นขนมจีนสด และขนมจีนแห้ง ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าทั้งในจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดใกล้เคียง

การอภิปรายผล

การวิจัยนี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ การตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทขนมจีน กรณีศึกษาชุมชนสวยจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างไรก็ตามการที่ผลิตภัณฑ์ชุมชนจะได้รับการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับนั้นผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นควรเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมและเป็นความต้องการของตลาดผู้บริโภค ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสินค้าในการวิจัยครั้งนี้เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมของคนในท้องถิ่นจังหวัดบุรีรัมย์เพราะขนมจีนสามารถนำมารับประทานได้กับส้มตำและรับประทานกับน้ำยาขนมจีนประเภทต่างๆ นอกจากนี้หากผลิตภัณฑ์ขนมจีนได้รับการสนับสนุนให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทั้งสีและกลิ่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการก็จะทำให้สินค้าเกิดความน่าสนใจ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ขนมจีนของชุมชนสวยจิกมีความเป็นอัตลักษณ์ทั้งความหอมของเส้นขนมจีนที่ผลิตจากข้าวมะลิภูเขาไฟสอดคล้องกับการศึกษาของพิบูล วจิตรกรรม (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องการสร้างอัตลักษณ์สินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าทั้งคุณประโยชน์ด้านโภชนาการ ด้านความสะอาด ด้านรูปร่างหน้าตาของสินค้า ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องดึงดูดความสนใจ ใช้ลวดลายกราฟิกประดับตกแต่ง การสร้างการรับรู้สินค้าเป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพถือว่าเป็นกลยุทธ์การตลาดที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของบุษกร ถาวรประสิทธิ์ และ เกศแก้ว เจริญวิริยะภาพ(2553) ได้ทำการศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งการวิจัยนี้พบว่าองค์กรจะก้าวหน้า สินค้าเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันนี้จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญและต้องอาศัยหน่วยงานราชการเข้ามาสนับสนุนเพื่อลดต้นทุนการวิจัยและพัฒนา และลดระยะเวลาในการพัฒนาสินค้าหรือบริการขององค์กร อีกทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์ให้องค์กรได้เป็นที่รู้จักจากหน่วยงานภายนอก อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจะเข้ามาส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มกัน นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังเข้ามามีบทบาทสนับสนุนเพื่อให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน การให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต ให้ความรู้ทางการตลาด การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการเงิน

และสุดท้ายการทำตลาดออนไลน์ เพื่อให้องค์กรสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังผู้บริโภคได้เร็วที่สุดและเกิดการรับรู้และเกิดการซื้อนั้นในปัจจุบันมีความจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารออนไลน์ ดังนั้นการทำตลาดออนไลน์หรือการนำกลยุทธ์ตลาดดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนในการดำเนินงานของกิจการก็จะทำให้ส่งผลต่อผลประกอบการของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจุฬารัตน์ ชันแก้ว (2562) ได้ทำการศึกษารองกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีต่อการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยพบอีกว่าการที่ทำการตลาดดิจิทัลทำให้เกิดการสร้างเนื้อหาทางการตลาดและสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจ ทำให้ลูกค้าตระหนักต่อตราสินค้าและตลาดดิจิทัลจะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดขององค์กร ดังนั้นอาจสรุปได้ว่ากรยกระดับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน หรือการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นจำเป็นต้องใช้แนวทางใช้การสร้างให้องค์กรมีทรัพยากรที่แตกต่างจากองค์กรอื่น การครอบครองทรัพยากรที่สามารถเข้าถึงเปรียบเสมือนชุมชนสวย

จึกที่มีข้ามะลิตที่ปลุกในพื้นที่ดินภูเขาไฟและใช้ความเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความต่างจากคู่แข่ง การใช้เทคโนโลยี มาสนับสนุนด้านการตลาดและการพัฒนาองค์กรโดยเข้ารับการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งผลการดำเนินงานดังกล่าวก็จะผลักดัน การยกระดับของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ (กรธวัฒน์ สกลฤทธิเดช, สุกิจ ขอเชื้อกลาง และ ลภัสรดา จำงแก้ว, 2559)

บทสรุป

การวิจัยนี้ได้พัฒนางานของรพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และคณะ (2562)เกี่ยวกับความเข้มแข็งของเอสเอ็มอีสตาร์ทอัพซึ่งได้ศึกษาในขอบเขตจังหวัดบุรีรัมย์ และได้นำมาสู่การวิจัยครั้ง และผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรต้น 3 ตัวได้แก่ อັดลัษณ์ของผลลิตภัณท์ การสนับสนุนของหน่วยงานรัฐ และการตลาดออนไลน์จะส่งผลต่อการยกระดับผลลิตภัณท์ชุมชนประเภทชนมจิ้น กรณียศึกษาชุมชนสววยจึก อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์ อธิบายเพิ่มเติมได้ว่าผลลิตภัณท์ ลินค้ำหรือบริการที่มีความเป็นอັดลัษณ์ทั้งด้านคุณค่าด้านโภชนาการ ผู้บริโภครับรู้ได้ว่ามีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความหลากหลายของผลลิตภัณท์ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในผลลิตภัณท์นั้น นอกจากนี้การที่ผลลิตภัณท์จะได้รับการพัฒนาและเป็นที่ยอมรับในตลาดจำเป็นต้องมีการพัฒนาสินค้าและการบริหารจัดการ อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการองค์กรเพื่อใช้เวลาสั้นมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกโดยเฉพาะบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนที่เป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการโครงการ RISMEP จังหวัดบุรีรัมย์(Regional Integrated SME Promotion Mechanism) หรือเรียกว่าศูนย์รวมผู้เชี่ยวชาญสำหรับให้คำปรึกษาปัญหาทางธุรกิจแบบครบวงจรได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการประเภทชนมจิ้น ในพื้นที่ตำบลสววยจึก อำเภอมือง จังหวัดบุรีรัมย์จึงทำให้เกิดการพัฒนาและยกระดับผลลิตภัณท์ชุมชนของตำบลสววยจึกแห่งนี้ นอกจากนี้การตลาดออนไลน์ถือเป็นเครื่องมือที่จะสื่อสารให้บุคคลภายนอกและลูกค้าทราบข้อมูลผลลิตภัณท์ขององค์กร อีกทั้งเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ประหยัด ข้อมูลเข้าถึงผู้บริโภค ลูกค้าได้รวดเร็วก็จะเป็นแนวทางทำให้การจำหน่ายผลลิตภัณท์ได้มากขึ้น การศึกษานี้ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource based view : RBV) ซึ่งอธิบายได้ว่าองค์กรจะได้เปรียบคู่แข่ง การพัฒนาองค์กรนั้นองค์กรต้องมีความร่ำรวยด้านทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก เลียนแบบยาก และทดแทนได้ยาก และสุดท้ายการวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางในการที่จะนำไปพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ซึ่งธุรกิจต่างๆ สามารถเข้าไปขอรับการสนับสนุนกับโครงการ RISMEP ซึ่งเป็นกิจกรรมของภาครัฐที่จะมาขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าและความอยู่รอดขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2562). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาด หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการ

ในประเทศไทย. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. ปีที่ 41 ฉบับ 159 (มกราคม-มีนาคม 2562).

รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์, อัจฉรา หลาวทอง, ทศพร แก้วขวัญไกร และ กิตติกร ฮวดศรี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเอส เอ็ม อี สตาร์ทอัพ กรณีศึกษาเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ The Factors effecting the SMEs Startup Entrepreneur Strength : A Case Study of Buriram Province. วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม).

ระบบฐานข้อมูลด้านสังคมและคุณภาพชีวิต. (2562). ตัวชี้วัดการพัฒนาคนระดับจังหวัด-รายได้.

สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2562, จาก

http://social.nesdb.go.th/SocialStat/StatReprot_Final.aspx?reportid=3774&template=1R1C&yeartype=M&subcatid=80

- พิบูล วจิตรกรรม. (2559). การสร้างอัตลักษณ์สินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย. วารสารวิชาการศิลปะ
สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร .ปีที่ 7 ฉบับที่ 1. หน้า 1-13.
- บุษกร ถาวรประสิทธิ์ และ เกศแก้ว เจริญวิริยะภาพ. (2553). บทบาทของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการ
พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. วารสารเศรษฐศาสตร์และ
นโยบายสาธารณะ สำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มศว. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2. หน้า 41 – 53.
ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2556)
- มารศรี เจษฎาปฏิพัทธ์. (2552). อิทธิพลของคุณสมบัติของทรัพยากรความสามารถองค์กรและความสามารถ
ของผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานขององค์กร : กรณีศึกษาธุรกิจรวบรวมและรับซื้อขยะรีไซเคิล
ในภาคตะวันออกของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.กรุงเทพฯ
- สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์. (2560). กระทรวงพาณิชย์ จับมือกระทรวงอุตสาหกรรม และพันธมิตร รวม 18 หน่วยงาน
เสริมความเข้มแข็งให้ธุรกิจ SMEs ไทยทั่วประเทศ ก้าวหน้าไปพร้อมกัน. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2563, จาก
(<https://gnews.apps.go.th/news?news=38613>)
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580.
กรุงเทพฯ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2005). Emarketing excellence planning and optimizing your digital marketing.
Abingdon: Routledge.
- Creswell, J.W. (1998). Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Traditions. Californai:
Sage.
- Wanerfelt. B. (1984). “A Resource-Based View of the Firm” .Strategic Management Journal. 5(2): 171-180.