

หัวข้อวิจัย	การพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลอิฮซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา)
ชื่อผู้วิจัย	อัปสร อีซอ ปวีณา เจาะอารง สุธิดา วัฒนยืนยง ภูตรา อาแล
คณะ	วิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ธุรกิจ ปัญหาการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลอิฮซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเป็นงานวิจัยและพัฒนา ที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก, การสนทนากลุ่ม และการพัฒนาธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลอิฮซานอาหารแปรรูป จำนวน 5 คน ถึงสภาพการณ์ธุรกิจ และปัญหาการดำเนินงานธุรกิจ 2) แบบสนทนากลุ่ม เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จากลูกค้าและสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลอิฮซานฯ รวม 10 คน 3) แบบประเมินผลการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งศึกษาข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มแม่บ้านอัลอิฮซานฯ ทั้งหมดรวม 14 คน ทั้งในส่วนของความคิดสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากการคิดสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพการณ์ธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลอิฮซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ธุรกิจเริ่มต้นในปี 2555 จากการรวมตัวของคุณปิยะรัตน์ กิจนิกร และเพื่อนๆ ภายใต้ชื่อธุรกิจ “กลุ่มแม่บ้านอัลอิฮซานอาหารแปรรูป” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่สมาชิกแม่บ้านสตรีในชุมชน ด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวมทั้งสิ้น 14 คน สถานประกอบการตั้งอยู่เลขที่ 22 ซ.12 ถ.สีโรรส ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา ยอดผลิตเฉลี่ยต่อเดือน 300 กระปุก สำหรับสถานการณ์ด้านการตลาดพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มุสลิม อายุ 35-45 ปี สถานภาพสมรส อาชีพแม่บ้าน ข้าราชการ พนักงานวิสาหกิจ พนักงานบริษัทหรือห้างร้านต่างๆ รายได้ระดับปานกลาง เป็นคนรักครอบครัว รักเพื่อน มนุษย์สัมพันธ์ดี พฤติกรรมการซื้อ มักซื้อ 2 กระปุก 2 รสชาติ ซื้อบ่อย 2-3 ครั้ง/เดือน ทางกลุ่มได้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกแปรรูป ซึ่งมีทั้งหมด 4 สูตร อันได้แก่ น้ำพริกสวรรค์, น้ำพริกรสแซบ, น้ำพริกไต่ปลา และน้ำพริกบูดู กำหนดราคาขาย 25 บาทต่อกระปุก การจัดจำหน่ายเน้นทางตรงเป็นหลัก โดยสมาชิกกลุ่มจำหน่ายเอง ณ สถานที่ผลิต, บู๊ทจำหน่ายในงาน/เทศกาลของจังหวัด, ร้านอาหารของสมาชิก และขายตรงให้กับ

เพื่อนๆ เมื่อมีงานอบรมบรรยายทางศาสนา ทางกลุ่มๆ มีการส่งเสริมการตลาดบ้าง โดยการฝากประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ ในรายการของดีเจปะชูลี

2. ปัญหาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านอัลฮิสซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ทางกลุ่มๆ มีปัญหาการดำเนินธุรกิจเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ปัญหาด้านการผลิต ที่สมาชิกกลุ่มต้องสับเปลี่ยนหมุนเวียนยืนผิดตลอด 4-6 ชั่วโมง ซึ่งค่อนข้างเหนื่อยล้าและลำบาก 2) ปัญหาด้านการตลาด ที่บรรจุภัณฑ์และฉลากไม่สวยงาม ไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงทางกลุ่มขาดความรู้ ความเข้าใจถึงการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด 3) ปัญหาด้านการเงิน ที่ทางกลุ่มขาดความรู้ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน และการจัดบันทึกรายงานด้านการเงินที่ได้มาตรฐาน

3. การพัฒนาธุรกิจกลุ่มแม่บ้านอัลฮิสซานอาหารแปรรูป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เน้นสร้างอัตลักษณ์ด้วยการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) “น้ำพริกส้มแขก” ผ่านการพัฒนา 6 ด้าน อันได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์, ฉลากบรรจุภัณฑ์, การจำหน่าย, การสื่อสารการตลาด, การผลิต และการเงิน ผลการพัฒนาทำให้กลุ่มแม่บ้านอัลฮิสซานได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ แตกต่างจากคู่แข่งชั้น สามารถดึงดูดใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้มีธุรกิจมียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้นจากเดิม 30%

Research Title: Business Development According to Creative Economy.
 (A case Study of Yala Province Food Processing Business of
 Al-Ihzan Housewife Group)

Researchers: Apsorn E-sor
 Paweena Jeharrong
 Sutida Wattanayuenyong
 Putra Alare

Faculty: Management Sciences

University: Yala Rajabhat University

Academic Year: 2014

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 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. The establishment was located at 22 Soi 12, Sirorot road, Sateng sub-district, Muang district, Yala province. Daily average productivity was 300 pots. Market situational information was as follows. Most customers were female, Muslim,

aged 35-45 years, married status; occupation of housewife, government servant, state enterprise worker, company or store employee; middle-level revenue; family-loving and friend-caring; good human relations; purchasing behavior – 2 pots, 2 flavors a time; and buying frequency - monthly 2-3 times. The processed chili paste products were produced and distributed in 4 flavors including Nam prik Rotsaab, Nam prik Sawan, Nam prik Taipla, and Nam prik 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 favorably 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 – the members rotated to standby along each shift of 4-6 hours which was exhausting and troublesome, 2) marketing issues – packages and labels did not look good and were substandard, including that the group lacked of distribution and marketing promotion knowledge, and 3) financial issues – the group lacked of knowledge in cost analysis and its financial record practice was inferior to standard.

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 “Nam prik Somkaek” which had been developed in 6 aspects including product, label, package, distribution, marketing communication, production, and finance. 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.