



# จุลสารส่งเสริมการวิจัยบริหารธุรกิจ

ฝ่ายวิจัย ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

จุลสารรายเดือน ฉบับที่ 5 ปีที่ 2 เดือนพฤษภาคม 2557

---



ร่วมสร้างสรรค์สังคม ร่วมสร้างสมงานวิจัย

## สารบัญ

### 1 หน้าปก

อาคารวิทยาลัยโพธิวิชชาลัย  
ภาพถ่าย โดย กมลทิพย์ ประสิทธิ์นราพันธุ์

### 3 งานวิจัยสู่ชุมชน

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจ  
ขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสา  
โดย อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ

### 4 คู่มือแบบฟอร์มเขียนบทความ

วารสาร Journal of Marketing  
โดย อาจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ

### 5 แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม

การบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ตอนที่ 1  
โดย อาจารย์สิมูฐากร ชูทรัพย์

### 6 สารแนะนำเรื่องการวิจัย

มุมมองสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ  
โดย ผศ.ภัทรภาพร จิตสร้างบุญ

### 7 การประชุมสัมมนาวิชาการที่น่าสนใจ

โดย อาจารย์จิตอุษา ชันทอง

### 8 ข้อเสนอแนะจากผู้อ่าน

## แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสา

แนวโน้มของธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเป็นสตรีมีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสานั้นส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการสตรี เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ความปราณีตในการออกแบบ และประดิษฐ์ ประกอบกับการให้ความสนใจในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสตรีของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยในปี 2550 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ริเริ่มโครงการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับสตรี โดยใช้ชื่อโครงการว่า “SMEs สตรี” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสตรีในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ และเป็นศูนย์กลางในการสร้างระบบให้วิสาหกิจที่ดำเนินการโดยสตรี นอกจากนี้โครงการฯ ยังมุ่งเน้นการสนับสนุน และเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการสตรีให้มีความสามารถในการประกอบวิสาหกิจอย่างยั่งยืน

การวิจัยเรื่องนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระดาษสา พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์กระดาษสาของผู้บริโภค รวมทั้งศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาดในปัจจุบันของผู้ประกอบการสตรีวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์กระดาษสาให้กับผู้ประกอบการสตรีฯ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์กระดาษสา จำนวน 400 คน และ ผู้ประกอบการสตรีในชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ที่ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสา จำนวน 15 ราย จากผลการวิจัยทำให้พบว่าวิสาหกิจของผู้ประกอบการธุรกิจกระดาษสาส่วนใหญ่เริ่มมาจากการสืบทอดจากบรรพบุรุษ โดยใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินธุรกิจ และการประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระดาษสาถือว่าเป็นอาชีพหลักของผู้ประกอบการในชุมชน ในการดำเนินการผลิตมีทั้งการใช้คนงานประจำและจ้างเป็นรายชิ้น ปัญหาและอุปสรรคในการทำตลาดคือผลิตภัณฑ์กระดาษสาของผู้ประกอบการแต่ละรายมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ไม่มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ และไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์กระดาษสาถือเป็นสินค้าหัตถกรรม เป็นงานฝีมือ จึงเป็นการยากที่จะควบคุมมาตรฐานในการผลิต

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์กระดาษสาด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นการพัฒนา รูปแบบ ลวดลายให้มีเอกลักษณ์ และที่สำคัญควรจะมีงานสร้างสรรค์ตราสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค โดยผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมให้มีความแปลกใหม่ โดยอาจจะเน้นถึงความหลากหลายของสี สันรวมทั้งลวดลาย และรูปแบบ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเน้นการนำไปใช้งานได้จริงตามความต้องการด้วย อาจจะมีการนำวัสดุจากธรรมชาติ เช่น ใบไม้ กลิบบดดอกไม้ มาช่วยในการตกแต่ง และเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ผู้ประกอบการควรเน้นการต่อยอดถึงคุณภาพของปอสาซึ่งถือว่าเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตว่ามีคุณสมบัติที่เบา เหนียว และฉีกขาดยาก นอกจากนี้ควรมีการควบคุมคุณภาพการผลิตให้มีมาตรฐาน โดยมีการตรวจสอบความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ที่พร้อมนำลงบรรจุภัณฑ์และนำไปจำหน่ายต่อไป

# คู่มือแบบฟอร์มการเขียนบทความ: วารสาร Journal of Marketing

โดย อาจารย์ ดร.จิโรจน์ บุณศิริ

วารสาร Journal of Marketing (JM) ของสมาคม American Marketing Association (AMA) เป็นวารสารสากลด้านการตลาดที่เก่าแก่และเป็นที่ยอมรับอย่างสูงในวงการการตลาด ซึ่งจัดตั้งตั้งแต่ ค.ศ. 1936 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าด้านศาสตร์ความรู้และวิธีการปฏิบัติใหม่ๆที่เกี่ยวกับการตลาด และ เพื่อเชื่อมภาควิชาการและภาคปฏิบัติทางการตลาดเข้าหากัน เนื้อหาของบทความที่สามารถลงตีพิมพ์ในวารสารนี้มีขอบเขตที่กว้างมาก โดยครอบคลุมทั้งการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทางการตลาดและการศึกษาเชิงประจักษ์ในปรากฏการณ์การตลาด ดังนั้นผู้อ่านที่เป็นเป้าหมายจึงประกอบด้วยนักวิชาการและผู้ปฏิบัติจริงทางการตลาด อย่างไรก็ตามวารสารที่ตีพิมพ์แต่ละฉบับจะไม่เน้นเรื่องการตลาดทางด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้อ่านที่หลากหลาย และไม่รับตีพิมพ์ทวิจียที่เน้นเรื่องโมเดลหรือวิธีการวิจัยทางการตลาดโดยเฉพาะเพื่อเลี่ยงการซ้ำซ้อนกับวารสาร Journal of Marketing Research ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีการตีพิมพ์ทุกๆ 2 เดือนต่อเล่ม คือ ฉบับเดือนมกราคม มีนาคม พฤษภาคม กรกฎาคม กันยายน และ พฤศจิกายน โดยเกณฑ์สำหรับการส่งต้นฉบับโดยคร่าวๆ มีดังนี้

1. รูปแบบไฟล์เป็นแบบ Word หรือ RTF
2. ใช้ตัวอักษรแบบ Times New Roman ขนาด 12 points
3. มีระยะห่างระหว่างบรรทัดเว้นหนึ่งช่วงบรรทัดพิมพ์คู่ (Double Space)
4. เว้นขอบกระดาษ 1 นิ้วทุกด้าน โดยใส่เลขหน้าที่มุมขวาบน และไม่มีการใส่ส่วนของหัวกระดาษ (Header) และท้ายกระดาษ (Footer)
5. จำนวนหน้าทั้งหมดของบทความไม่เกิน 50 หน้า
6. ชื่อบทความ (Title) ไม่เกิน 25 คำ
7. บทคัดย่อ (Abstract) ไม่เกิน 175 คำ
8. คำสำคัญ (Keywords) ไม่เกิน 4-5 คำ
9. ให้อ่านหัวข้อใหญ่อันดับแรกไว้ตรงกลาง โดยเป็นอักษรทึบ และใช้ตัวอักษรใหญ่เมื่อเริ่มคำทุกคำ ส่วนหัวข้อใหญ่อันดับสองให้เคาะจากด้านซ้าย 1 ครั้ง โดยเป็นตัวอักษรเอียงทึบ และใช้ตัวอักษรใหญ่เมื่อเริ่มคำทุกคำ แต่ไม่ควรแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่อันดับสองออกมา หากมีแค่หัวข้อเดียว สำหรับหัวข้อใหญ่อันดับสามให้เคาะจากด้านซ้าย 1 ครั้ง และย่อหน้าลงไปอีก โดยใช้เป็นตัวอักษรเอียง แต่ใช้ตัวอักษรใหญ่เมื่อเริ่มคำแรกเท่านั้น เช่นเดียวกันหากมีแค่หนึ่งหัวข้อไม่ควรแยกเป็นหัวข้อออกมา
10. ให้ใส่บรรณานุกรมแยกหน้าออกมาจากหัวข้ออื่น
11. ควรใส่เชิงอรรถ (Footnotes) อย่างจำกัดเท่านั้น โดยไม่ควรเกิน 10 ครั้ง และมีหมายเลขกำกับ
12. ใส่ภาคผนวกแยกออกเป็นหน้าใหม่ถัดจากรูปภาพที่วางไว้ท้ายเรื่อง ถ้ามีหลายอันให้ใส่อักษรกำกับโดยเริ่มจาก A

ผู้อ่านที่สนใจส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารนี้ สามารถส่งได้ที่

[http://mc.manuscriptcentral.com/ama\\_jm](http://mc.manuscriptcentral.com/ama_jm) แต่ไม่อนุญาตให้ส่งบทความทาง e-mail หรือโดยทางไปรษณีย์

สำหรับรายละเอียดเรื่องเกณฑ์การเขียนสามารถหาเพิ่มเติมที่

<http://www.ama.org/publications/JournalOfMarketing/Pages/JMAccepted.aspx>

## การบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ตอนที่ 1

การบริหารธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าสืบไปในอนาคต ศาสตร์ด้านการบริหารธุรกิจในยุคปัจจุบันมีการนำเอาศาสตร์ที่ได้จากการทดลองปฏิบัติเป็นการลองผิดลองถูกมาใช้กำหนดเป็นกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจ การเขียนเป็นกฎเกณฑ์ในการบริหารธุรกิจจึงไม่สามารถประกันความสำเร็จของการประกอบธุรกิจได้อย่างแน่นอน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ด้านศาสตร์ที่เป็นหลักทางการบริหารในปัจจุบัน ไม่สามารถรับรองความสำเร็จขององค์การธุรกิจได้เสมอไป ดังนั้นในการบริหารธุรกิจ จึงต้องประยุกต์ศาสตร์ให้กลายเป็นศิลป์ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้น การใช้ความรู้ทางการบริหารในการประกอบธุรกิจ จึงต้องมีการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การประยุกต์ใช้ความรู้ทางการบริหารให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จึงเป็นปัจจัยแรกที่ทำให้เกิดการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยประการที่สอง คือ การมีทักษะการบริหารที่มีประสิทธิภาพ อันได้แก่ การบริหารการตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการเงิน และบัญชีการบริหารการผลิต หน้าที่ทั้ง 4 ประการ เป็นการบริหารที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการต้องทำการบริหารหน้าที่ทั้ง 4 ประการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ความสามารถของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้สามารถนำพาธุรกิจไปความอยู่รอด หน้าที่ประการที่หนึ่ง คือ การบริหารการตลาด การตลาดเปรียบเสมือนหัวอกของกิจการ ผู้ประกอบการต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยใช้กลไกและกิจกรรมทางการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยเริ่มตั้งแต่การพิจารณาว่าลูกค้าต้องการอะไร การศึกษาความต้องการของลูกค้าจึงเป็นเรื่องแรกๆ ที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอันดับต้นๆ จากนั้น จึงค่อยนำไปสู่การจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ต้องโดนใจ และตรงกับความต้องการของลูกค้า ราคาที่ลูกค้าจ่ายได้ มีช่องทางการจำหน่ายและมีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและในการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานขายต้องได้รับการอบรมสั่งสอนให้มีจิตใจเป็นนักบริการมีความสามารถในการเสนอขายสินค้า และสามารถให้บริการลูกค้า โดยยึดการได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่ายคือ ลูกค้าได้รับผลประโยชน์และในขณะเดียวกันธุรกิจเองก็ได้รับผลประโยชน์ไปด้วย เพราะการได้รับผลประโยชน์จากร่วมกันจะทำให้พนักงานขายสามารถบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริการลูกค้าควรมีแนวโน้มผลานประโยชน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งผู้บริหารองค์การธุรกิจ จะต้องให้การอบรมพนักงานขายเกี่ยวกับการให้บริการ และต้องมีกำหนดระเบียบข้อบังคับในการให้บริการไว้อย่างชัดเจน โดยการใส่ใจกับการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบจะนำไปสู่การเป็นพนักงานที่ลูกค้าประทับใจ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าจึงจะมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับคุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการ นอกจากการฝึกอบรมพนักงานขององค์การให้มีประสิทธิภาพแล้วการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นหน้าที่ประการที่สองซึ่งจะต้องเกิดขึ้นโดยดำเนินการอย่างมีขั้นตอน โดยเริ่มจากการรับพนักงานที่เหมาะสมเข้ามาในการทำงาน การสรรหาคัดเลือกจะทำให้ธุรกิจได้รับคนที่ตรงตามความต้องการเข้ามาทำงานในองค์การธุรกิจ และเพื่อให้ได้คนที่คุณภาพอยู่ในองค์กรตลอดไป การสร้างวัฒนธรรมองค์การ การจัดการความรู้ภายในองค์กรนำไปสู่การจัดการกิจกรรมการตลาดภายในองค์กรเพื่อนำและจูงใจให้พนักงานนำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมการบริการเป็นองค์การที่มุ่งการบริการลูกค้า และเป็นองค์กรแห่งความสุข (Happy Work Place) ดังนั้น การให้ความสำคัญกับการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรบุคคลเข้าสู่องค์กร จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพการสร้างวัฒนธรรมองค์การจึงเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่การพยายามสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีมีการจัดสวัสดิการให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีความสุขในขณะที่ทำงานอยู่ในองค์กรกล่าวได้ว่าพนักงานเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จขององค์การธุรกิจจำเป็นต้องประยุกต์ใช้ความรู้ทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยการใช้แนวคิดทางการบริหารที่ว่าต้องจ้างคนทำงานด้วยใจและจ่ายค่าตอบแทนด้วยเงิน



# สารนารูเรื่องการวิจัย:

โดย ผศ.ภัทรพร จิตสร้างบุญ

## มุมมองสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ

ปัจจุบัน เศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นสิ่งที่น่าเป็นห่วงในหลายประการ ทั้งในเรื่องของการปรับอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ทำให้ต้นทุนด้านอื่น ๆ ก็ปรับตัวสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และยิ่งสภาพเศรษฐกิจโลกที่น่าเป็นห่วง หนทางที่จะอยู่รอด. คือการศึกษาข้อมูลเชิงวิจัย ทั้งในแง่ของพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี หรือศึกษาความรู้ในเรื่องของห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ โซ่อุปทาน หรือ ห่วงโซ่อุปทาน หรือ เครือข่ายลอจิสติกส์ ในแง่เทคโนโลยีเพื่อการผลิตหมายถึงการนำความรู้วิทยาการและประสบการณ์ต่างๆมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งการคิดค้นหาวิธีการนำทรัพยากรมาใช้ในด้านใหม่ๆ เพื่อให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ประเทศไทยเรามีวัตถุดิบในการผลิต จำนวนมาก เนื่องจากประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพรรณธัญญาหาร ป่าไม้ และ แร่ธาตุ หากเราใช้ทรัพยากรไม่ระมัดระวัง ทรัพยากรอาจหมดสิ้นหรือเสื่อมค่าได้ ผู้ผลิต จึงจำเป็นที่จะใช้เทคโนโลยีให้ได้ ประโยชน์สูงสุดตลอดจนการผลิต สินค้าแต่ละชนิดมีการแข่งขันสูง ผู้ผลิต จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีต่างๆเข้ามาช่วยในการผลิต เพื่อคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด



การใช้ระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ จากผู้จัดหาไปยังลูกค้า กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานจะแปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ และวัสดุอื่นๆให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จ แล้วส่งไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย (ผู้บริโภค หรือ End Customer) ในเชิงปรัชญาของโซ่อุปทานนั้น วัสดุที่ถูกใช้แล้ว อาจจะถูกนำกลับมาใช้ใหม่ที่จุดไหนของห่วงโซ่อุปทานก็ได้ ถ้าวัสดุนั้นเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้

นอกจากนั้นยังต้องศึกษาในเชิงองค์ความรู้เชิงประยุกต์. ความทันสมัย ความรู้ใหม่ ๆ จากงานวิจัยที่สอดคล้อง เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าที่สุดในทุกระบบ

# การประชุมสัมมนาวิชาการที่น่าสนใจ

โดย อาจารย์จิตตอุษา ชันทอง

รายการประชุมที่น่าสนใจในครั้งนี้เป็นรายการประชุมที่ผู้สนใจสามารถค้นหาเพิ่มเติมได้จาก website ที่แสดงไว้

|    | ชื่องานประชุม   | ผู้จัด / แหล่งข้อมูล  | สถานที่ / วัน  |
|----|---|---|--|
| 1. | The Economics, Finance, MIS & International Business Research Conference                      | <a href="http://www.jaabc.com/london.html">http://www.jaabc.com/london.html</a> | London, United Kingdom<br>10th – 13th July 2014<br>Deadline for abstracts:<br>6th June 2014    |
| 2. | The Global Business, Management Information System, Economics and Finance Research Conference | <a href="http://www.jaabc.com/Tokyo.html">http://www.jaabc.com/Tokyo.html</a>   | Tokyo, Japan<br>24th – 27th July 2014<br>Deadline for abstracts:<br>30th June 2014             |
| 3. | 7th International Colloquium on Business & Management (ICBM 2014)                             | <a href="http://www.icbmbangkok.com">http://www.icbmbangkok.com</a>             | Bangkok, Thailand<br>4th – 7th August 2014<br>Deadline for abstracts:<br>15th May 2014         |
| 4. | The 2nd Asia-Pacific Conference on Management and Business                                    | <a href="http://www.apcmb.org/">http://www.apcmb.org/</a>                       | Seoul, South Korea<br>29th – 31st August 2014<br>Deadline for abstracts:<br>10th May 2014      |
| 5. | 2014 5th International Conference on E-business, Management and Economics - ICEME 2014        | <a href="http://iceme.org/">http://iceme.org/</a>                               | Kuala Lumpur, Malaysia<br>2nd – 3rd September 2014<br>Deadline for abstracts:<br>1st June 2014 |
| 6. | 2nd International Conference on Hospitality & Tourism Management - 2014                       | <a href="http://tourismconference.co/">http://tourismconference.co/</a>         | Colombo, Sri Lanka<br>7th – 8th October 2014<br>Deadline for abstracts:<br>30th June 2014      |

# บทบรรณาธิการ

หน้าปกฉบับนี้เป็นภาพอาคารของวิทยาลัยโพธิวิชชาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดสระแก้ว วิทยาลัยนี้อยู่ในกระบวนการความร่วมมือแบบภาคีเครือข่าย ประกอบด้วย ภาคีภาควิชาการ ภาคีภาคราชการและความมั่นคง ภาคีภาคเอกชน ภาคีภาคประชาสังคมและสื่อ ภาคีภาคประชาชน โดยเน้นการพัฒนาแบบยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง วิทยาลัยเปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการภูมิสังคมและการจัดการภูมิวัฒนธรรม มีการเรียนการสอนตามมาตรฐานการศึกษา โดยเริ่มการเรียนที่องครักษ์ 2 ปี และเรียนในพื้นที่อีก 2 ปี เพื่อเรียนรู้วิธีการเป็นอยู่อย่างพอเพียง การเรียนในพื้นที่เป็นการเรียนแบบเข้มข้น 1 เดือน 1 วิชา สำหรับเนื้อหาในจุลสารฉบับนี้เป็นการเสนอบทความที่น่าสนใจเช่นเคย อาทิ งานวิจัยแนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดของวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสาสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน และแนวคิดการบริหารธุรกิจเพื่อสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น



## คณะผู้จัดทำ

### บรรณาธิการ

พนิต กุลศิริ

### กองบรรณาธิการ

|             |                   |
|-------------|-------------------|
| ภัทรพร      | จิตสร้างบุญ       |
| ปิยดา       | สมบัติวัฒนา       |
| สิฏฐากร     | ชูทรัพย์          |
| วรินทรา     | ศิริสุทธิกุล      |
| จิโรจน์     | บุรณศิริ          |
| วรางคณา     | อดิสรประเสริฐ     |
| กัลยกิตต์   | กীরดีอังกูร       |
| จิตอุษา     | ชั้นทอง           |
| กมลทิพย์    | ประสิทธิ์ธีรพันธ์ |
| ฉันทยาภัทร์ | จิตรนพรัตน์       |
| สาวิตรี     | แก้วสุวรรณ        |

## ข้อเสนอแนะจากผู้อ่าน

(ส่งได้ที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หรือ ทาง e-mail [rpmb.swu@gmail.com](mailto:rpmb.swu@gmail.com))

เนื้อหาทั้งหมดที่ตีพิมพ์ในจุลสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น