



RMU GRC2017

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับ
บัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RMU Graduate Research Conference

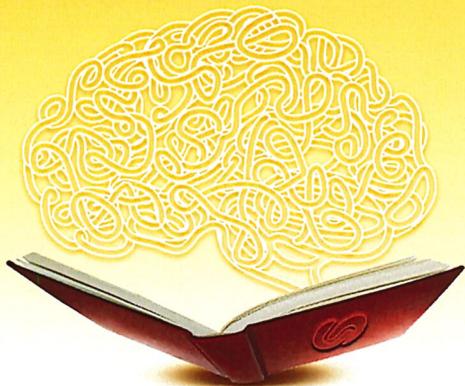


20 มกราคม
2560

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

RMU
GRC2017

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RMU Graduate Research Conference



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ติดต่อสอบถาม

☎ 043 - 725438

🌐 gs.rmu.ac.th

📘 facebook.com/rmu.gs

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2 (GRC2017)
วันศุกร์ที่ 20 มกราคม 2560
ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ที่ปรึกษา

- | | |
|----------------------------------------|------------------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์สมชาย วงศ์เกษม | อธิการบดี |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมาน ศรีสะอาด | รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร |
| 3. อาจารย์ ดร.เนตรชนก จันทร์สว่าง | รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ประดิษฐ์ เอกทัศน์ | รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร พลหาญ | รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย วางแผนและพัฒนา |
| 6. อาจารย์ ดร.นิตยา กลางชนีย์ | รองอธิการบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์และศิลปวัฒนธรรม |

กองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

- | | |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกาญจน | ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.เกษม สร้อยทอง | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญชม ศรีสะอาด | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ปารีชา มาลี เคน | มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริย์ สุขศรีงาม | ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.มนต์ชัย เทียนทอง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิกิจ ศรีปัดถา | ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี สารรัตน์นะ | มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ | ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชไมพร เจริญพร | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา |

กองบรรณาธิการบุคคลภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

- | | |
|---------------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ยุภาศ | คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ วรกุล | คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มานิตย์ อัญญาโพธิ์ | คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วโรปภา อารีราษฎร์ | คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เจริญศิริ | คณบดีคณะนิติศาสตร์ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวตล กัญญาคำ | คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรวาท ทองบุ | คณบดีคณะครุศาสตร์ |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ น.สพ.สมมาศ อัฐรัตน์ | คณบดีคณะเทคโนโลยีการเกษตร |
| 9. อาจารย์วุฒิมิพล นัตถจรวิบูล | คณบดีคณะวิทยาการจัดการ |

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนิท เต็มเมืองซ้าย

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

- | | |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ นาคคุณทรง | รองคณบดีฝ่ายบริหาร |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ต. ดร.อรุณ ชูกระเดื่อง | รองคณบดีฝ่ายวิชาการ |
| 3. อาจารย์ ดร.กัญชลิลา รัตนเชิดฉาย | รองคณบดีฝ่ายพัฒนาและมาตรฐานบัณฑิต |

ผู้ประเมินอิสระ

บุคคลภายนอก

- | | |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.ฉวีลักษณ์ บุญยะกายจน | ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวกิจ ศรีปัดถา | ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ เรืองสุวรรณ | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ธูปทอง กว้างสวาสดี | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒน์กร วงศ์ธนวิสุ | วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ท้ายเรือคำ | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพงศ์ หกสุวรรณ | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ เรืองมนตรี | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช การินทร์ | วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ นามวรรณ | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุชิตา สุวแพทย์ | คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประโยชน์ ส่งกลิ่น | วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชัย ตั้งภิญโญพุดผิคุณ | คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี วงษ์สะพาน | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มะลิวัลย์ ฤณาพรรณ | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินัย ผลเจริญ | วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวัช ศรีโศภางกุล | วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ต้นศรีสกุล | วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 19. อาจารย์ ดร.ญาณภัทร สีหะมงคล | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 20. อาจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ บุชบงก์ | วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 21. อาจารย์ ดร.ภิญโญ นิลจันทร์ | วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น |

บุคคลภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ฤทธิ์ โสภาก
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนีย์ นาคคุณทรง
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร ปรีเอี่ยม
4. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพสุข ฤทธิเดช
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ภณิตา สุนทรไชย
6. รองศาสตราจารย์ ดร.วีระกิตติ์ เสารัม
7. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริ ถีอาสนา
8. รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ
9. รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย บุขหมั่น
10. รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิศักดิ์ คำผา
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ทองสอดแสง
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษกนก ดวงชาทม
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา กุลสุวรรณ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชยาภานต์ เรืองสุวรรณ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงศักดิ์ สองสนิท
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นนทพงษ์ พลพวก
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิศารัตน์ โชติเชย
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เนตรชนก จันทร์สว่าง
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ปัญญา
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษิต บุญทองเถิง
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุทพงษ์ ทิพย์ชาติ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ อุบลเลิศ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ สุทธิชัย
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวตล ภัฏญาคำ
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธิ ตีเมืองชัย
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ บุตรศาสตร์
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี จันทร์ศิลา
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรพร เฉลิมชิต
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา พรหมทา
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ต.ดร.อรัญ ชุยกระเตื้อง
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ท.ดร.ณัฐชัย จันทร์ชุม
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราภรณ์ ฉายบุญครอง
36. อาจารย์ ดร.กชธมน วงศ์คำ
37. อาจารย์ ดร.กัญชลิลา รัตนเชิดฉาย
38. อาจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ เยี่ยมแสง
39. อาจารย์ ดร.นิตยา กลางชนีย์
40. อาจารย์ ดร.พงศ์ธร โพธิ์พลศักดิ์

**การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่าย
ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสุมาลี
ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา**
**The application of innovation for creating value added and study the channel of
distribution of SUMALEE brand, Nong Hua Raet District, Nong Bunmak Amphoe,
Nakhon Ratchasima Province**

ณัฐภรณ์ พงษ์ณะเรศ¹, นิภาพร กลิ่นระรื่น², พิทักษ์ ศิริวงศ์³
Natthapan Pongnaras¹, Niphaphorn Klinraren², Phitak Siriwong³

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี¹
รศ.ดร.สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี^{2,3}

natthapan.b@gmail.com¹, Tonaor15062537@gmail.com² and innjun@yahoo.com³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม และศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสุมาลี จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เป็นการเพิ่มมูลค่าจากสมุนไพรพื้นบ้าน ให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่ปราศจากสารเคมี เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการนำเสนอสินค้าแก่ผู้บริโภคโดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรง คือ การเป็นตัวแทนจำหน่ายด้วยตัวเอง และช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม คือ การมีตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การฝากขายตามร้านขายสินค้า การส่งผลิตภัณฑ์ทางไปรษณีย์ การกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่โรงแรมและช่องทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด และให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งจะนำมาสู่การซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรสุมาลีอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: [การสร้างมูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรม] ;[ช่องทางการจัดจำหน่าย];[สมุนไพรไทย]

การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่าย
ของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสุมาลี
ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา

The application of innovation for creating value added and study the channel of
distribution of SUMALEE brand, Nong Hua Raet District, NongBunmak Amphoe, Nakhon
Ratchasima Province.

ณัฐภรณ์ พงษ์ณะเรศ¹, นิภาพร กลิ่นระรื่น², พิทักษ์ ศิริวงศ์³
Natthapan Pongnaras¹, Niphaphorn Klinraren², Phitak Siriwong³

นักศึกษา สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี¹
รศ.ดร.สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี^{2,3}
natthapan.b@gmail.com¹, Tonaor15062537@gmail.com² and innjun@yahoo.com³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม และศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสุมาลี จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เป็นการเพิ่มมูลค่าจากสมุนไพรพื้นบ้าน ให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่ปราศจากสารเคมี เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการนำเสนอสินค้าแก่ผู้บริโภคโดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรง คือ การเป็นตัวแทนจำหน่ายด้วยตัวเอง และช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม คือ การมีตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การฝากขายตามร้านขายสินค้า การส่งผลิตภัณฑ์ทางไปรษณีย์ การกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่โรงแรมและช่องทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด และให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งจะนำมาสู่การซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรสุมาลีอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: [การสร้างมูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรม] ; [ช่องทางการจัดจำหน่าย]; [สมุนไพรไทย]

Abstract

The purposes of this research were study the application of innovation for creating value added and study the channel of distribution of SUMALEE brand. This is qualitative research by in-depth interview method. The result of this research were Thai herbs processing for creating value added of product, emphasis in non-chemical production to motivate consumer to buy herb product. Chanel of distribution, they have indirect channel and direct channel for the best performance for build the consumer's acceptance. All of these lead the consumer to buy the product continuously.

Keywords: [The application of innovation for creating value added] ; [Chanel of distribution] ; [Thai herb]

1. บทนำ

จากประเด็นในเรื่องของ Thailand 4.0 เป็นเรื่องของ การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยในยุค 1.0 เป็นยุค เกษตรกรรม จากนั้นกลายเป็นยุค 2.0 ที่มีการนำเครื่องจักรเข้า มาช่วยงานหรือเป็นยุคของอุตสาหกรรมเบา ในขณะที่ยุค 3.0 เป็นยุคอุตสาหกรรมหนักและมีการลงทุนจากต่างชาติ แต่ เศรษฐกิจในยุค 3.0 ยังมีความเปราะบางต่อสถานการณ์โลก และ ประเทศไทยยังไม่สามารถก้าวข้ามความเป็นประเทศรายได้ปาน กลางได้ ดังนั้นจึงนำมาสู่ Thailand 4.0 ที่เน้นที่การแก้ปัญหาให้ ประเทศหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง เราจึงต้องพัฒนา โครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า New Economy Model มีการใช้ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ประชาชนสามารถสร้างรายได้ได้ ด้วยตนเอง ต้องมีการปฏิรูปทั้งโครงสร้างในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็น ภาคธุรกิจ การเกษตร การศึกษา และแรงงาน จากระบบ เศรษฐกิจที่เน้นการผลิตโดยใช้แรงงาน เครื่องจักรและทรัพยากร เปลี่ยนมาเป็นการผลิตบนฐานความรู้และเทคโนโลยี [1] ใน ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME:(Small and medium Enterprise)มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพราะเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่ และยังเป็นห่วงโซ่เล็กๆ ที่มีจำนวนมากก่อให้เกิดการจ้างงาน กระจ่ายการพัฒนาไปสู่ ชุมชนได้รวดเร็ว ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและ การส่งออก อีกทั้งเป็นรากฐานของการขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่าน ประเทศไทยไปสู่ยุค 4.0 ที่นำโดยนวัตกรรม และ ความคิด สร้างสรรค์ เป็นเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าเป็นสำคัญ หมุนตาม พลวัตของประเทศ [2] ซึ่งนวัตกรรมนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ ประเทศไทยในการจะยืนอยู่บนเวทีโลกอย่างเข้มแข็งทั้งในมิติด้าน เศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืนการสร้างนวัตกรรม เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในด้านการจัดการทรัพยากร สิ่ง ทาง ปัญญา และการบริหารจัดการภายใต้แนวคิดและรูปแบบใหม่ทั้ง ในภาคอุตสาหกรรมและระดับท้องถิ่น โดยสร้างให้เกิด กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อ ขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมจำนวนมากพอที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้อย่างรวดเร็ว [3] และ ทางด้านของการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มองค์กรอิสระที่ เกี่ยวข้องในกระบวนการนำส่งสินค้าและบริการไปถึงมือผู้ใช้หรือ ผู้บริโภคของทางการตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่าย จะต้องทำ หน้าที่สร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์นั้นราคาขายที่กำหนด จะต้องสะท้อนถึงคุณค่าของการแลกเปลี่ยนที่เห็นพ้องกันระหว่าง

ผู้ขายและผู้ซื้อ นอกจากนี้ผู้ขายและช่องทางการตลาด จะต้อง พยายามสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจถึงราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าที่ ผลิตภัณฑ์นั้นให้แก่ผู้บริโภคด้วย [4]

จากการที่ในปัจจุบันเกษตรกรไทยต้องเผชิญกับวิกฤติ ภัยแล้งที่ทวีความรุนแรงประกอบกับ ราคาน้ำมันถดถอยส่งผลให้ ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำกระทบเกษตรกรไทย 24 ล้านคน สิ่ง ที่ทุกคนต้องทำคือ เพิ่มผลผลิตและมูลค่าทางการเกษตรมากขึ้น เช่น การแปรรูป ออกแบบบรรจุภัณฑ์ สร้างสมาร์ทฟาร์มเมอร์ หรือเกษตรกรต้นแบบ ให้เป็นผู้ริเริ่มสร้างและเปลี่ยนแปลงภาค การเกษตรให้ทันสมัย พร้อมเชื่อมโยงชุมชนนำไปสู่ภาค การเกษตรที่เติบโตอย่างยั่งยืน [5] ทำให้การส่งเสริม ผู้ประกอบการภาคเกษตรให้มีความเข้มแข็งและเป็นกลไก ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก สนับสนุนให้เกษตรกรปรับตัวเป็น ผู้ประกอบการภาคเกษตร การนำนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยี ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อก่อให้เกิดการจ้างแรงงานในภาคชนบทเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำ ให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการเกษตรไทยเพิ่มมา ขึ้น ทำให้เกษตรกรมีรายได้ที่มั่นคง มีความยั่งยืน และมีภูมิคุ้มกัน ที่สูงขึ้น [6]

ธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร ที่ตำบลหนอง หัวเรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา เป็นธุรกิจ SME อีกธุรกิจหนึ่ง ก่อตั้งโดยคุณ สุมาลี พันธุ์พงศ์เนื่องจากต้องการใส่ใจ ดูแลสุขภาพ และมีความสนใจในตัวสมุนไพรอยากใช้ผลิตภัณฑ์ ที่ทำให้อาการโรคต่างๆให้มากที่สุด จึงทำให้เริ่มศึกษา เกี่ยวกับสมุนไพรต่างๆมาตั้งแต่เมื่อปีพุทธศักราช 2541 จาก ความชอบความสนใจในสมุนไพร เจ้าของธุรกิจจึงเล็งเห็นถึง ประโยชน์ของสมุนไพรว่าสามารถใช้ได้ทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นราก ดอก ใบ ผล แต่การใช้ที่มีอยู่ตามท้องถนนทั่วไปนั้นใช้แค่เพียงชั่ว เวลาสั้นๆเท่านั้น จึงได้มีการทดลองทำสมุนไพรแปรรูปในรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ทุกวัน และเก็บได้นานโดยไม่เสียหรือ เสื่อมคุณภาพลง แล้วลองใช้เองจากการทดลองที่เกิดขึ้นก่อให้เกิด การสร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นให้สามารถเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม เป็นสินค้าแปรรูปที่ เพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางมากขึ้นได้ ลด ความเสียหายจากสินค้าทางการเกษตรบางชนิดที่มีราคาตกต่ำอยู่ใน ปัจจุบันขณะนี้หรือสินค้าที่ขายสดแล้วไม่ได้กำไรเท่าที่ควร

เปลี่ยนเป็นสินค้าที่สามารถเป็นสร้างทางเลือกของเกษตรกรที่
ต้องการหาอาชีพเสริม และยังเป็นบุคคลที่ว่างงานให้เกิดรายได้
เพิ่มขึ้นอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การสร้าง
มูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรม และช่องทางการจัดจำหน่ายของ
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร ตำบลหนอง
หัวแรด อำเภอหนองบุญมากจังหวัดนครราชสีมา โดยการวิจัยครั้ง
นี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจในการสร้าง
นวัตกรรมการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรและสามารถเป็น
ประโยชน์ในการเพิ่มช่องทางทางการจำหน่ายสินค้าแปรรูปได้ใน
อนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการ
ประยุกต์ใช้นวัตกรรม ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูป
สมุนไพรสมุนไพร ตำบลหนองหัวแรด อำเภอหนองบุญมาก จังหวัด
นครราชสีมา

2.2 เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการ
ผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร ตำบลหนองหัวแรด อำเภอ
หนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยและ กระบวนการ ที่ทำให้องค์กร
ประสบความสำเร็จ ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพร
สมุนไพร ตำบลหนองหัวแรด อำเภอหนองบุญมาก จังหวัด
นครราชสีมา

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการ
ประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่ายของ
ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร

3.2 ขอบเขตผู้ให้ข้อมูลหลัก การศึกษาครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลัก
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพร คุณสุมาลี พันธุ์พงศ์

3.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ทำการวิจัยเริ่มจาก
เดือนกันยายน - เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2559

3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ บ้านเลขที่ 116/6 หมู่ 6 ตำบลหนอง
หัวแรด อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา

4. ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทางด้านนวัตกรรมมีการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็น
นวัตกรรมนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคล
ว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขา ดังนั้นนวัตกรรมของบุคคลกลุ่มใดกลุ่ม
หนึ่งอาจไม่ใช่สิ่งใหม่สำหรับบุคคลกลุ่มอื่น ๆ ก็ได้ ขึ้นอยู่กับการ
รับรู้ของบุคคลนั้นว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขาหรือไม่ อีกประการหนึ่ง
ความใหม่ (newness) อาจขึ้นอยู่กับระยะเวลาด้วย สิ่งใหม่ ๆ ตาม
ความหมายของนวัตกรรมไม่จำเป็นต้องใหม่จริงๆ แต่อาจจะ
หมายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความคิดหรือการปฏิบัติที่เคยทำกันมา
แล้วแต่ได้หยุดกันไประยะเวลาหนึ่ง ต่อมาได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมา
ทำใหม่เนื่องจากเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์ใหม่
นั้นได้ ก็นับว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งใหม่ได้ นวัตกรรมถือว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ
[7]

นวัตกรรม หมายถึง “สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้
ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่ง
อาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือ
กระบวนการใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ และสังคม
[8]

แนวคิดของช่องทางการจำหน่ายของผู้ประกอบการเลือกการจัดการ
ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ช่องทางการค้า
(Trade Channel) หรือ ช่องทางการตลาด (Marketing Channel)
เป็นกลุ่มองค์กรอิสระที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการที่จะทำ
สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม การตัดสินใจ
เลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะทำสินค้าและบริการถึงมือ
ผู้บริโภคอย่างเหมาะสม การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัด
จำหน่ายเป็นการตัดสินใจที่สำคัญที่สุด อย่างหนึ่งขององค์กร ส่วน
ประสมการตลาดอื่นๆ เช่นการกำหนดราคาสินค้า การตัดสินใจ
เลือกพนักงานขายและการโฆษณา นอกจากนั้นการตัดสินใจเลือก
ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นภาระผูกพันองค์กรในระยะยาว [9]

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาการสร้าง
นวัตกรรม และช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ประกอบการ
ผลิตภัณฑ์แปรรูป ตลอดจนนำเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา
การวิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)
ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบลึก (In dept interview) ประชากรผู้ให้
ข้อมูลหลักคือคุณสุมาลี พันธุ์พงศ์ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญใน
คิดสูตรกระบวนการการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสมุนไพรช่วง

ระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวข้อมูล คือ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2559
ผู้วิจัยเก็บข้อมูลลงพื้นที่ภาคสนามด้วยตัวเอง โดยใช้วิธีการ
สัมภาษณ์เชิงลึก (In dept interview) และการเก็บข้อมูลโดยการ
เขียน การบันทึกเสียง ผู้ทำวิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดย
วิธีการสามเส้า (Triangulation) การวิเคราะห์เพื่อสร้าง โดยการ
ตรวจสอบข้อมูลให้สมบูรณ์ แยกแยะเป็นหมวดหมู่แล้วตีความ

6. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

6.1 ผู้ทำวิจัยมีหน้าที่หลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้
ข้อมูลที่ละเอียดในการวิเคราะห์

6.2 แนวคำถามเพื่อประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกมีความ
สะดวกในการเก็บข้อมูลในประเด็นที่ต้องการศึกษา

6.3 เครื่องบันทึกเสียงเพื่อใช้ในการบันทึกข้อมูลเสียง
สัมภาษณ์ได้อย่างละเอียดและครบถ้วนของผู้ให้ข้อมูล เป็น
ประโยชน์ในการเก็บข้อมูล เพื่อลดความผิดพลาดในการจดบันทึก
ของข้อมูลที่อาจมีการบันทึกข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนได้

6.4 สมุดจดบันทึก ใช้ในการเก็บข้อมูลรายละเอียดจากการ
สังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้เป็นข้อมูลประกอบในการ
วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ได้

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง การสร้างนวัตกรรมและช่องทางการจัด
จำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปมีขั้นตอนในการเก็บ
ข้อมูลดังนี้

7.1 การเลือกพื้นที่ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่
ศึกษาแบบเจาะจง

7.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งข้อมูลที่ได้มาจากแนวคำถามที่ได้
ศึกษาและรวบรวมจากทฤษฎีแนวคิดการสร้างนวัตกรรมและช่อง
ทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการซึ่งการเก็บข้อมูลเชิงลึกที่จะ
ช่วยให้การสัมภาษณ์เป็นไปอย่างราบรื่น

7.3 การเก็บข้อมูลการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary
Data) ข้อมูลที่ได้มาจากการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเอกสาร
บทความหนังสือรายงานวิชาการรวมทั้งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจาก
เว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแนวคิดการสร้างนวัตกรรมและ
ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ ซึ่งเพื่อช่วยให้ผู้วิจัย
สามารถศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไป

ใช้กำหนดกรอบแนวทางในการวิจัยกำหนดกรอบแนวคำถามใน
การสัมภาษณ์ การสรุปผลและวิเคราะห์ผลการวิจัย

8. การวิเคราะห์ข้อมูล

8.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการสังเกตมา
พิจารณาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล แล้ว
จึงนำมาสรุปข้อมูล

8.2 แยกข้อมูลไว้เป็นหมวดหมู่ ตามลักษณะของข้อมูลและ
ประเด็นในการศึกษา

8.3 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ตีความหมายอธิบายตามลักษณะ
ความสัมพันธ์เชื่อมโยงในประเด็นต่างๆ ในภาพรวม

8.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเรียบเรียง สรุปทั้งที่
เป็นส่วนร่วม และข้อแตกต่างโดยการบรรยายเชิงพรรณนา
วิเคราะห์

9. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของ
ข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์โดยการใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า
(Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ดังนี้

9.1 การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) จะทำ
การตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่างๆ ว่าแหล่งข้อมูลนั้นมี
ความน่าเชื่อถือหรือไม่ และดูว่าข้อมูลเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งหากได้
ข้อค้นพบที่เหมือนกันสามารถบอกได้ว่าข้อมูลที่ได้มา มีความ
ถูกต้อง

9.2 การตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation)
ซึ่งจะทำการตรวจสอบจากผู้วิจัยและผู้ให้ความช่วยเหลือในการ
เก็บข้อมูล โดยจะตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มีความเหมือนกันหรือ
แตกต่างกันอย่างไร ถ้าหากได้ข้อมูลในการวิจัยเป็นไปในทิศทาง
เดียวกัน สามารถบอกได้ว่าข้อมูลมีความถูกต้อง

9.3 การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation)
จะตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยของทฤษฎีต่างๆ
นั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ หากข้อมูลที่ได้เป็นไปใน
ทิศทางเดียวกันกับทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาแสดงว่าข้อมูลนั้น
มีความถูกต้อง

9.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล
(Methodology Triangulation) การเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้าน
เอกสารนั้น ผู้วิจัยมีการวางแผนวิเคราะห์ถึงกรณีที่จะศึกษาหา
คำตอบในประเด็นดังกล่าว จึงทำให้การศึกษาข้อมูลด้านเอกสาร

นั้นมีความครบถ้วนเหมาะสม และในส่วนของกรเก็บรวบรวม ข้อมูลด้านการสัมภาษณ์มีบรรยากาศความรู้สึกแบบเป็นกันเอง มีความผ่อนคลายในการสนทนาระหว่างกัน เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้อย่างเต็มที่ ครบถ้วน และถูกต้องตาม ประเด็นที่ศึกษา

10. สรุปผลของการวิจัย

ผลการวิจัยที่เป็นข้อสรุปจากกรณีศึกษา นำเสนอ เป็น 3 ส่วน คือ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้ นวัตกรรม 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย 3) ปัจจัยและ กระบวนการที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ จากการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรมและช่อง ทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร สุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัด นครราชสีมา ผู้วิจัยขอแนะนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและ จากการศึกษาแบบมีส่วนร่วม รวมถึงการศึกษาการสร้าง นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อ ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ให้ผู้ประกอบการด้วยเจ้าของ ธุรกิจคือ คุณ สุมาลี พันธุ์พงศ์

10.1 ความเป็นมาของธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร สุมาลี

ผู้ก่อตั้งธุรกิจคือ คุณสุมาลี พันธุ์พงศ์ อดีตผู้นำสตรีแม่บ้าน ที่ชาวบ้านบ้านเลขที่ 116/6 หมู่ 6 ตำบลหนองหัวแรต อำเภอ หนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา โดยเริ่มต้นธุรกิจมาจากการที่ ตัวเองเคยป่วยเป็นมะเร็ง แล้วเห็นคนส่วนใหญ่ป่วยด้วยโรคที่เกิด จากสารเคมีเป็นจำนวนมากจึงคิดว่าควรหาวิธีในการใช้ชีวิตให้ ห่างไกลโรค ซึ่งมีความสนใจเรียนรู้เรื่องราวของสมุนไพรและหา โอกาสค้นคว้าศึกษาเพิ่มเติม ซึ่งจากเดิมที่ทำงานภายในบ้าน และทำเป็นของฝากคนใกล้ชิดมาเกือบยี่สิบปี จนกระทั่งปัจจุบัน กลายเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ความสะอาดภายใต้เครื่องหมาย การค้า “สมุนไพรสุมาลี” ซึ่งได้รับการรับรองจากสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดนครราชสีมาด้วยเลขที่ใบรับแจ้งถึงสามประเภท ด้วยกัน คือ สบู่และยาสระผมสมุนไพร กับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ผิวหน้าเพื่อปรับสภาพผิว หรือที่เรียกกันว่า “โทนเนอร์” (toner) โดยให้ความสำคัญกับการใช้สารเคมีให้น้อยที่สุด เพื่อ สุขภาพทั้งของผู้ใช้ ผู้ผลิต และการดูแลสภาพแวดล้อม

10.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม

การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เป็น การเพิ่มมูลค่าจากตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการยกระดับของผลิต ผลิตภัณฑ์ให้เกิดข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการเน้นการ เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคในแต่ละระดับและเป็นการ เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย เพื่อให้ ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์อย่างสูงสุด

10.2.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้วัตถุดิบจาก สมุนไพร ซึ่งเป็นสมุนไพรพื้นบ้านที่ปลูกแบบธรรมชาติโดย ปราศจากสารเคมียาปราบศัตรูพืช พืชสมุนไพรเหล่านั้นนอกจากจะ นำมาประกอบเป็นอาหารในชีวิตประจำวันที่ปลอดภัยแล้ว พืช สมุนไพรบางชนิดยังสามารถนำมาเป็นยาสมุนไพรบำบัดอาการ ป้องกัน และใช้บำรุงผิวพรรณ ดูแล สุขภาพ ของตนเองและคนใน ครอบครัวแล้ว ยังสามารถนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าเพิ่ม ที่ก่อให้เกิดรายได้ การใช้นวัตกรรมในการแปรรูปผลผลิตทาง การเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ สามารถเพิ่ม มูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร และการเปลี่ยนแปลง สินค้าต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แปรรูปนี้ได้ สามารถเพิ่ม แรงจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และต้องการซื้อ ผลิตภัณฑ์ทางด้านสมุนไพรมากขึ้น

10.2.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากบรรจุภัณฑ์ ในการ นำเสนอสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจนั้นส่วนหนึ่ง เจ้าของกิจการใช้ บรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะโดยเพื่อที่จะทำให้ ผู้บริโภคเกิดความรับรู้ได้อย่างชัดเจนว่า ผลิตภัณฑ์นั้นคือ ผลิตภัณฑ์ใด เพื่อให้เกิดความสวยงามและสามารถสร้างความ ประทับแรกเห็นให้กับผู้บริโภค ที่จะนำมาซึ่งแรงดึงดูดใจในการซื้อ หรือการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

10.2.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากฉลากผลิตภัณฑ์ การ ให้ความสำคัญที่การนำเสนอคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า อย่างละเอียดแทน โดยให้เหตุผลว่าการให้รายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ มากขึ้น เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เมื่อซื้อสินค้ามักจะดูฉลากของ ผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้าง ความน่าสนใจให้ผลิตภัณฑ์และเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการ สื่อสาร

10.2.4 การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการใช้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ ความหลากหลายทางสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันส่งผล ให้ความรับรู้ ความสนใจ ในการติดต่อผลิตภัณฑ์สามารถทำได้

ง่ายขึ้น ลูกค้าสามารถที่จะเข้าถึงผลิตภัณฑ์และได้รับความรู้ บางส่วนก่อนทำการติดต่อสอบถามยังผู้ประกอบการ ซึ่ง รูปแบบทางการสื่อสารทางออนไลน์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรสุมาลี นั้น ได้แก่ เว็บไซต์ทางธุรกิจ เป็นการมีหน้าเว็บสำหรับให้บริการ ในเรื่องของการขายผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อที่จะสามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ ทันเวลา โดยสามารถโต้ตอบระหว่างผู้ขายและผู้บริโภคอย่างมี ประสิทธิภาพ และยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์อันดี รวมถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

10.2.5 ประสบการณ์ตรงจากผู้บริโภค การที่ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสุมาลีมีการแนะนำของผู้ใช้จริงมาเรื่อยๆ ทำให้ สินค้ามีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรสุมาลีมีการทดลองให้กันเองภายใน ครอบครัวและคนที่รู้จักกันก่อนมีการผลิตขายซึ่งทำให้สามารถ บอกต่อถึงคุณภาพได้อย่างดี

10.2.6 การรับประกันของสินค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์ ทุกตัวของสมุนไพรสุมาลีมาจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลอดภัย สารเคมี ทำให้ผู้ประกอบการสามารถมั่นใจถึงคุณสมบัติและ คุณภาพ โดยมีการแนะนำให้ทดลองใช้ได้ เพื่อเป็นการทำให้ ผู้บริโภคได้ทราบถึงคุณภาพและคุณสมบัติที่มีอยู่ในตัวของ ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ทำให้เกิดเป็นความมั่นใจในสินค้า นับเป็น การรับประกันสินค้าอีกทางหนึ่ง

10.2.7 ผู้เชี่ยวชาญในการรับรอง เนื่องจากสินค้าเกี่ยวกับ สุขภาพและผิวพรรณ เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการการรับรองจาก แหล่งที่เชื่อถือได้ ทำให้สินค้ามีการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญที่ ชัดเจน โดยผลิตภัณฑ์สมุนไพรสุมาลีนั้นได้รับการรับรองจาก กระทรวงสาธารณสุข จังหวัดนครราชสีมา โดยมีการขึ้นเลข ทะเบียนหมายเลขการค้าของสินค้าที่เป็นตัวหลักของธุรกิจ สาม ประเภทด้วยกัน คือ สบู่สมุนไพร ยาสระผมสมุนไพร และ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าสำหรับการปรับสภาพผิว ที่เรียก อีกอย่างว่า “โทเนอร์”

10.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

10.3.1. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงการขาย สินค้าทางตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นช่องทางที่สั้นที่สุดเพราะสินค้าจะผ่านมือจากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภคโดยตรง โดยมีรูปแบบช่องทาง ดังนี้

10.3.1.1 การเป็นตัวแทนจำหน่ายด้วยตัวเอง โดย การขายผ่านหน้าร้าน ซึ่งตั้งอยู่ที่ 116/6 หมู่6 ตำบลหนองหัว

แรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นแหล่งผลิต และแหล่งจำหน่ายหลัก ของผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร สุมาลี

10.3.1.2 การจัดส่งสินค้า (การออกบูท) โดย การนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มาออกบูทในพื้นที่ใกล้เคียงตามงานต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธ์ไมตรีอันดีต่อลูกค้า และสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในพื้นที่นั้นๆ

10.3.1.3 การบอกต่อจากปากต่อปาก (Word-of-mouth) เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบถึงผลิตภัณฑ์ จากการบอกเล่าของผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ที่จะนำมาซึ่ง การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ตามคำบอกเล่า

10.3.2. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม เป็นเส้นทางที่ สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า คนกลาง ดังกล่าวอาจเป็นตัวแทน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกหรือผู้จัดจำหน่ายก็ได้

10.3.2.1 การมีตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมีตัวแทนจำหน่ายมารับผลิตภัณฑ์ เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปกระจายให้ทั่วถึงแก่ลูกค้าในตำบลสารภี และพื้นที่ใกล้เคียง

10.3.2.2 การฝากขายตามร้านขายสินค้าที่ระลึก เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ ไปฝากขายตามร้านขายสินค้าที่ระลึกตาม แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเริ่มจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาเองและเริ่มกระจายไปยังจังหวัดใกล้เคียงเพื่อให้ผู้บริโภค รับรู้ถึงการมีอยู่ของผลิตภัณฑ์และยังเป็นการทำให้เกิดความ น่าเชื่อถือของสินค้า

10.3.2.3 การส่งผลิตภัณฑ์ทางไปรษณีย์ เป็น วิธีการที่ง่ายที่สุดสำหรับการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงแก่ผู้บริโภค ที่อยู่นอกขอบเขตของตัวแทนจำหน่าย โดยมีลูกค้าหลักที่ใช้ ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นอกขอบเขตของ ตัวแทนจำหน่าย เช่น ประเทศอเมริกา เป็นต้น

10.3.2.4 การกระจายผลิตภัณฑ์เข้าสู่โรงแรม เป็น ช่องทางที่จะทำให้เกิดการวางตำแหน่งและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ สูงขึ้นอีกระดับ และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ให้แก่ผู้บริโภค โดยได้รับการการันตีจากมาตรฐานของทางโรงแรม ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไร้สารปนเปื้อนจากสารเคมี ทำให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งจะนำมาสู่การซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรสุมาลีอย่างต่อเนื่อง

10.3.2.5 ช่องทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือ (E-Commerce) โดยการดำเนินธุรกิจจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อ

ทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์กรได้วางไว้มีการขายในรูปแบบเป็นสินค้าออนไลน์ มีช่องทางอินเทอร์เน็ตไว้รองรับการสั่งซื้อสินค้าหรือสอบถามเกี่ยวกับสินค้าบางส่วนเท่านั้น

10.4 ปัจจัยและกระบวนการที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

10.4.1 ด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีการทำบรรจุภัณฑ์แบบเรียบง่ายเพื่อลดต้นทุนในด้านการผลิต โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีขายส่งอยู่แล้วส่งมาในปริมาณจำนวนมากๆ รูปแบบผลิตภัณฑ์จึงมีเป็นรูปแบบที่เรียบง่ายเหมือนรูปทรงขวดต่างๆ ไปซึ่งในอนาคตได้วางแผนไว้ว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัยมากขึ้นเพื่อให้เป็นที่ดึงดูดใจแก่ตลาด เจ้าของกิจการให้ความเห็นอยากให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ในแบบของเราเอง

10.4.2 ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีการใส่ใจเป็นพิเศษในด้านวัตถุดิบต่างๆโดยวัตถุดิบที่ใช้เป็นผลผลิตที่เจ้าของกิจการและลูกค้าได้ปลูกขึ้นเอง ปลอดภัยและคัดมาอย่างดีเพื่อมาเป็นส่วนผสมมีการคำนึงถึงส่วนเล็กน้อยเกี่ยวกับวัตถุดิบ เช่น เปลี่ยนจากน้ำตาลใช้เป็นส่วนหนึ่งในการผสมผลิตภัณฑ์มาเป็นน้ำผึ้งแทนเนื่องจากเห็นว่าน้ำผึ้งนั้นอ่อนโยนกว่า เมื่อนำมาใช้กับผิวหน้าที่ต้องการความใส่ใจใจมากเป็นพิเศษเป็นต้นส่วนในด้านสารที่นำมาเป็นอีกหนึ่งส่วนผสมหลักในการทำผลิตภัณฑ์ต่างๆนั้นจะเน้นห่างไกลจากสารเคมี เจ้าของกิจการได้กล่าวว่าต้องการให้ผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ธรรมชาติมากที่สุด ในเรื่องการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละครั้งแม้ว่าจะมียอดที่สั่งจากลูกค้าเข้ามามากแต่ก็ยังคงพยายามรักษามาตรฐานในการผลิต รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สูตรเดิม และยังคงรักษาความเข้มข้นความถูกต้องของสูตรส่วนผสมให้คงที่สม่ำเสมอ

10.4.3 กระบวนการบรรจุผลิตภัณฑ์ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้อุปกรณ์ที่ใช้บริการรู้สึกถึงความเอาใจใส่ ความพิถีพิถันในกระบวนการบรรจุภัณฑ์ โดยใช้พิมพ์รูปดอกกุหลาบ และบรรจุกล่องกระดาษที่มีรูปแบบเฉพาะตัว สำหรับผลิตภัณฑ์ สบู่สมุนไพรสมุนไพร ส่วนในบรรจุภัณฑ์ยาสระผมสมุนไพรรวมและโทนเนอร์นั้นจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นขวดสีใสเพื่อที่จะสามารถตรวจสอบถึงความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และติดฉลากที่บรรยายถึงคุณสมบัติไว้อย่างชัดเจน

11. อภิปรายผล

จากการพัฒนาและการต่อยอดของนวัตกรรมทางธุรกิจ มีการมุ่งเน้นการพัฒนาในรูปแบบทางธุรกิจ โดยการสร้างภาพลักษณ์

สินค้าให้น่าสนใจสามารถพาชุมชนไทยไปสู่ความเป็นสากลโดยการเริ่มจากพัฒนาผู้ประกอบการให้มีการคิดอย่างสร้างสรรค์ มีกระบวนการในการสร้างทักษะเพื่อใช้ในการบริหารธุรกิจสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆทางการตลาด รวมถึงการสร้างโอกาสทางการตลาดสำหรับสินค้าของธุรกิจการบริหารจัดการภายในองค์กรที่มีต้นทุนที่เหมาะสม โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น การบอกต่อจากปากต่อปาก (Word-of-mouth) ซึ่งเป็นหนึ่งในการเริ่มต้นทางช่องทางการจำหน่ายที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบถึงผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการเลือกช่องทางการจำหน่ายผลผลิตโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ความรวดเร็วในการประสานงานกับพ่อค้าคนกลาง โดย นางลักษณะตั้งใจ (2551:44) รวมถึงการให้บริการส่งสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ สอดคล้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อใหม่ประเภทหนึ่ง โดยพวกเขาเปลี่ยนจากการเรียกเครือข่ายสังคมออนไลน์มาเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นที่นิยมมาจากกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถแสดงตนให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป โดย ปณิชา นิตีพรมงคล (2555:2) และจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าผ่านทางไปรษณีย์ อีกทั้งยังมีช่องทางติดต่อที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างใกล้ชิด เพื่อสอบถามรายละเอียดที่เป็นข้อมูลที่ถูกต้องผ่านการสนทนาทางโทรศัพท์ ซึ่งเจ้าของกิจการจะทำการให้ข้อมูลแนะนำสินค้า พูดคุยกับลูกค้าด้วยตนเอง การสร้างมูลค่าให้สินค้าได้รับความสนใจมากขึ้นโดยความคิดสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมสอดคล้องกับการใช้ความได้เปรียบหรือการหาจุดแข็งที่มีอยู่มาสร้างสรรค์ให้กับสินค้าหรือบริการ ส่งผลให้ยากต่อการลอกเลียนแบบโดย ลีรยา คงสมพงษ์ (2557:6) จากการใช้วัตถุดิบหลักที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรเป็นสมุนไพรที่ปลอดภัย มีการดูแลตั้งแต่เริ่มปลูกไปจนถึงการเก็บเกี่ยวในส่วนที่สามารถมาใช้แปรรูปได้ ซึ่งการดูแลจะเน้นการดูแลแบบเกษตรอินทรีย์ ไม่มียาฆ่าแมลงที่มีส่วนประกอบมาจากสารเคมี ทำให้มั่นใจได้ว่าตัววัตถุดิบนั้นปลอดภัยและมีความเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง ทางด้านบรรจุภัณฑ์มีการทำบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบที่เรียบง่ายเหมือนบรรจุภัณฑ์ทั่วไปแต่แตกต่างกันที่มีการใช้ฉลากสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และมีการกล่าวถึงคุณสมบัติต่างๆของสินค้าที่บรรจุภัณฑ์อย่างละเอียด นอกจากนี้ยังมีการใช้นวัตกรรมสอดคล้องกับนวัตกรรมเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตสินค้า

บริการหรือนวัตกรรมที่เป็นสินค้าใหม่ เพื่อสร้างประโยชน์เชิงธุรกิจให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากนวัตกรรมนั้นสามารถทำให้องค์กรมีกำไรจากการเป็นผู้ผูกขาด (Monopoly profit) ได้เปรียบในการแข่งขัน โดย Schumpeter (2558:2) ทางด้านสื่อสังคมออนไลน์มากช่วยในการหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาและต่อยอดสินค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในการพัฒนาสินค้านี้มีการรับรองคุณภาพจากสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดนครราชสีมา ที่การันตีได้ว่าสินค้านี้มีมาตรฐานและมีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับสุขภาพของผู้ใช้และเป็นสินค้าที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ต้องทำให้มี และเกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ โดยการให้หลักการ แนวทาง วิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ดังนี้ ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นประเด็นหลักที่มีเป้าหมายที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กร รู้ว่าต้องทำอะไรบ้าง เพื่อให้ผลลัพธ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจาก ปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ววิสัยทัศน์ขององค์กรก็จะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

12. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นแนวทางที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้

12.1 ควรมีการสร้างรูปแบบตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยดึงดูดใจผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่นหรือคนรุ่นใหม่มากขึ้น เพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเพิ่มยอดขายสินค้าให้มีจำนวนมากขึ้น

12.2.ควรส่งตัวแทนของธุรกิจออกไปสำรวจตลาดต่างประเทศว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบสินค้าในลักษณะใด พิจารณาจากข้อมูลที่ต่างประเทศทุกด้านเพื่อทราบถึงช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการเจาะตลาดไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น

13. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

13.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับความคุ้มค่าในการซื้อว่าคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อซื้อสินค้าความคุ้มค่าของลูกค้าเมื่อ

เปรียบเทียบกับต้นทุนทั้งหมดของผู้ประกอบการสามารถสอดคล้องและสามารถไปด้วยกันได้ได้อย่างไร เพื่อทราบว่าการพัฒนาสินค้าในรูปแบบอื่นจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าให้สอดคล้องกับกำลังการผลิตของผู้ประกอบการได้อย่างไร

13.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทางโลจิสติกส์เพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางในการจัดส่งสินค้า การบริหารวัสดุคงคลัง และการจัดการวัตถุดิบต่อไป

13.3 ควรศึกษาในหัวข้อวัตถุดิบ เพื่อใช้ในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพทรัพยากรที่ไม่แน่นอนในอนาคต เพื่อสามารถจัดการการบริหารวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตต่อไป

14. เอกสารอ้างอิง

- [1] เนื่องวงศ์ ทวยเจริญ.(2559).Thailand 4.0 อะไรอะไรก็ 4.0. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2559, จาก <http://www.9experttraining.com/articles>
- [2] ณรินทร์ทิพย์ วิริยะบัณฑิตกุล.(2559).SME ไทยแลนด์ 4.0 ดิตอาวูไร้เทียมทาน.สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2559, จาก <http://www.thairath.co.th/content>
- [3] กาญดาโกศัย.(2555).ความหมายของนวัตกรรม. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts>
- [4] อีราวรรณ จันทร์มานนท์.(2555). ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2559, จาก <https://fifathanom.wordpress.com>
- [5] สมคิด จตุศรีพิทักษ์.(2559). สมคิดคิกออฟโครงการ สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2559, จาก <http://www.manager.co.th/IBizChannel>
- [6] ลักษณ์ วจนาณวิช.(2559). สมคิดคิกออฟโครงการ สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2559 , จาก<http://www.manager.co.th/IBizChannel>
- [7] สุภาพร เพียรดี.(2555). ความหมายแนวคิดนวัตกรรม. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts>
- [8] สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์.(2553). แนวคิดทฤษฎีการจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2559, จาก <https://mrslaongtip.wordpress.com>

- [9] รัชณีกร อุตตมา .(2553). ช่องทางการจัดจำหน่าย
(Distribution) สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2559, จาก
<https://fifathanom.wordpress.com>
- [10] นงลักษณ์ ตั้งใจ .(2551). ช่องทางการจัดจำหน่ายส้มสาย
น้ำผึ้งของเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอดง จังหวัด
เชียงใหม่
- [11] ปณิชา นิตินพรมงคล.(2555). พฤติกรรมการใช้เครือข่าย
สังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
- [12] ลีริยา คงสมพงษ์ .(2557). การสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึง
ปลายน้ำ
- [13] Schumpeter.(2558). บทความ The history of economic
analysis