

การประชุมสังคมนักดาราศาสตร์วิชาการระดับชาติ
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ 21”

ครั้งที่ 13

วันศุกร์ ที่ 20 มกราคม 2560
ณ โรงแรมวังคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

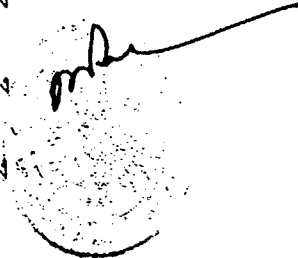


สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รหัสไปรษณีย์ 57100
โทร: (053) 702-870 ต่อ 102 อีเมล : dreemriver.2011@gmail.com

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย
โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๖๖๔๗/๒๕๕๙

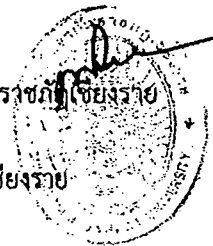
๑. ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความระดับชาติ (ภายนอก)

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี พิริยะกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยวลัยนคร
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปฎิกรัชต์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. รองศาสตราจารย์ปกรณ์ภัทร จันทะไชยศรี
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ อุ่ทองทรัพย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๒. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความระดับชาติ (ภายใน)

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ธนะชัยพันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพิสุทธิ์ ใจสนิท
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บูรณาวาทย
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๔. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย คำแสน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรณ ไซยานนท์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิจิต นางแล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอกานุกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์องอาจ อินทนิเวศ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๓. อาจารย์ ดร.สหทัยา สิทธิวิเศษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๔. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๕. อาจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๖. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๗. อาจารย์ ดร.สุฤทธิ์พร วิทยผดุง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๘. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๑๙. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๐. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์

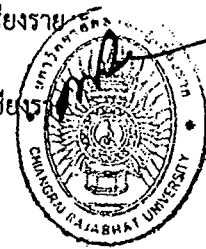
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

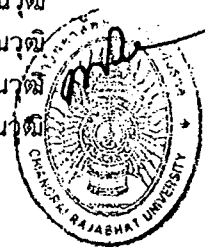
๒๔. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓
“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”
แบบท้ายคำสั่งที่ ๖๖๔๘/๒๕๕๙

- | | |
|---|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วงษ์บูรณาวาทย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยขันธุ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอกานุกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. อาจารย์ ดร.ปริมนทร์ อริเดช | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.สฤทธิพร วิทยผดุง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๖๖๕๐/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)

งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓

“ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”

ด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๓ “ความมั่นคงของสังคมไทยในศตวรรษที่ ๒๑”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| ๑. อาจารย์ ดร.จිරนันต์ ไชยงาม นอกซ์ | ประธานกรรมการ |
| ๒. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | กรรมการ |
| ๓. อาจารย์อดิวัชร หนาพงศ์ไพศาล | กรรมการ |
| ๔. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| ๕. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ | กรรมการ |
| ๖. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทพิพัฒน์พงศ์ | กรรมการ |
| ๗. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา | กรรมการและเลขานุการ |
| ๘. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาจากสำนักทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๖ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทศพล อารีนิจ)

อธิการบดี

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตีม้วนหางจระเข้ เวร่า โกลด์ (Vera Gold) ของกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร สามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จิตพนธ์ ชุมเกต¹ ศรัญญา วัลภา² และวนิชา สิริพัฒน์กรชัย³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตีม้วนหางจระเข้ เวร่า โกลด์ (Vera Gold) โดยศึกษากับกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้วยเครื่องมือวิจัยได้แก่การสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์เครื่องตีม้วนหางจระเข้ เวร่า โกลด์ โดยเจ้าของธุรกิจเครื่องตีม้วนหางจระเข้ เวร่า โกลด์ พิจารณาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องแนวคิด (Concept) การพิจารณาวัตถุดิบ การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง "คุณค่า" การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์การเสริมสร้าง "คุณค่า" ให้ผลิตภัณฑ์ คือการสร้างแบรนด์ และการพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มเรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้นให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การพิจารณาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์เครื่องตีม้วนหางจระเข้เวร่า โกลด์ กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

¹ อาจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

² นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Value-Added Approach in Vera Gold Aloe Vera Juice Product of Entrepreneurs in Sam Roi Yod in Prachuapkhirikhan Province

Abstract

This research aimed to classify the forms of product and to explain the value-added process of product for Aloe Vera Fresh Juice of Vera Gold, the agricultural entrepreneur in Sam Roi Yod, Prachuap Khiri Khan Province through the in-depth interviews and content analysis. The research found that: the value-added process of Vera Gold Aloe Vera Fresh Juice was considering from the needs of target consumers, the product itself: concept of raw materials, packaging, presenting “Value” to the customers, and value-added in service and “Value” of product. Therefore, it was brand creation and value-added by introducing product and service to the target consumers. In summary, consideration of value-added in product was important for success of business operation.

Keywords : Vera Gold Aloe Vera Juice Product, Value-added Process

บทนำ

ปัจจุบันตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะอึมครึม ซึ่งจะเห็นว่าการผลิตภัณฑ์หลัก จะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันเท่าใด ดังนั้นธุรกิจแต่ละรายจึงพยายามหาโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์เสนอแก่ลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 45) ภายใต้สภาวะแวดล้อมของเศรษฐกิจยุคใหม่ที่เป็นโลกแห่งการเรียนรู้โลกแห่งภูมิปัญญา นั้นย่อมมีความหมายว่า การที่องค์กรใด หรือผู้ใดจะคิด หรือตัดสินใจกระทำการใดๆ ย่อมต้องใช้ข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้และภูมิปัญญา เข้ามาเป็น องค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจ (เดชน์ เทียมรัตน์, 2545 : 7 – 8)

สินค้าพืชพันธุ์การเกษตรเป็นสินค้าที่สำคัญของประจวบคีรีขันธ์ที่สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกไปยังต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ทั้งยังมีการบริโภคภายในประเทศเป็นจำนวนมาก แต่สินค้าในบางประเภทนั้นราคาในตลาดจะขึ้นลงไม่แน่นอนตามปริมาณการผลิต ฤดูกาล และความต้องการของตลาด อีกทั้งมาตรการในการแก้ปัญหาอย่างไม่ได้กำหนดไว้ชัดเจนเป็นเพียงการแก้ปัญหาตามสถานการณ์โดยการเข้าไปแทรกแซงตลาดเมื่อราคาสินค้าต่ำลงเท่านั้น นอกจากนี้สินค้านี้ยังเป็นสินค้าที่จัดจำหน่าย จะมีรูปลักษณะที่เหมือนกันทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจสินค้าต่ำ การสร้างความแตกต่างด้านราคาจึงสามารถทำได้ยาก ดังนั้นเจ้าของธุรกิจจึงต้องนำกลยุทธ์ในการขายสินค้าต่างๆ มาใช้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น การดึงดูดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่แปรรูปจากผลิตผลทางการเกษตร เพื่อสร้างความแตกต่างและระหว่างสินค้า และช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความผูกพันกับสินค้า และเกิดทัศนคติที่ดีกับสินค้าในที่สุด(ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547:79)

กลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร เริ่มก่อตั้งขึ้นจากความมุ่งมั่นของชาวบ้านในชุมชนและละแวกใกล้เคียงที่มีความคิดจะผลิตสินค้าที่มีความแปลกใหม่ มีคุณค่า และใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และเหนือสิ่งอื่นใดนั่นก็คือ ผลิตสินค้าที่มีราคายุติธรรม มีคุณภาพดี เหมาะแก่ผู้บริโภคที่รักสุขภาพและบุคคลทั่วไป ด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจจริงของสมาชิก กลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ มาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน ไม่ว่าจะประชาชนทั่วไป คนรักสุขภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการเพื่อต้องการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร

ที่มีราคาตกต่ำให้มีมูลค่าและเป็นที่ยอมรับให้มากที่สุด และมีการปรับปรุงกระบวนการผลิต พัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศได้รับคุณประโยชน์จากว่านหางจระเข้ไทยที่มีปลูกอยู่ในท้องถิ่นอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และการนำเอาเทคโนโลยีอาหารใหม่ๆมาใช้เพื่อลดคู่แข่งทางการค้า เพราะสินค้าบางตัวขายดีมีคนเลียนแบบมาก ทำให้ยอดขายตก และเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด ขยายโอกาสทางการค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (OTOP today, 2016)

ผลิตภัณฑ์เครื่องตีว่านหางจระเข้ เวย์ร่า โกลด์ (Vera Gold) ของกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเครื่องตีเพื่อสุขภาพและว่านหางจระเข้ก็เป็นสุดยอดสมุนไพรพัดประโยชน์ที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจศึกษากระบวนการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่เป็นส่วนในการสร้างโอกาส สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับหลายครอบครัวในชุมชน ครอบครัวมีความสุข สร้างชุมชนเข้มแข็ง ให้การสนับสนุนเยาวชนการรักษาสิ่งแวดล้อมและใช้ของในท้องถิ่นให้เกิดรายได้ ในชุมชนมีศักยภาพเพิ่มสูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องตีว่านหางจระเข้ เวย์ร่า โกลด์ ของกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2) เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตีว่านหางจระเข้ เวย์ร่า โกลด์ ของกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีการดำเนินการวิจัย

(1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้ได้เรื่องผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เวย์ร่า โกลด์ สมาชิกและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ เวย์ร่า โกลด์ (Vera Gold) ของกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาข้อมูลและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตีว่านหางจระเข้ เวย์ร่า โกลด์ ของกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

1) ผู้วิจัยเองนับเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุด เพราะการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสผู้ให้ข้อมูลหลักโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เตรียมตัวก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยคือผู้เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเอง โดยเริ่มจากการแนะนำตนเองกับผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเอง ทักทายด้วยอัธยาศัยอันดี บอกวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์และขออนุญาตบันทึกข้อมูลเสียงจากการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งในขณะสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรมต่างๆ เช่น สีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง และความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

2) แนวคำถามในการสัมภาษณ์ เป็นคำถามแบบไม่มีโครงสร้าง ลักษณะคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์อันประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล (ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ขัดข้อง) พร้อมทั้งป้อนคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับรูปแบบกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตีว่านหางจระเข้ เวย์ร่า โกลด์ ของกลุ่มแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3) เครื่องบันทึกเสียง เพื่อใช้บันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถจดจำหรือจดบันทึกได้ทั้งหมด เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้มากที่สุดโดยไม่ตกหล่นและเพื่อตรวจสอบความคลาดเคลื่อนของข้อมูลจำเป็นต้องมีเครื่องบันทึกเสียงที่มีคุณภาพ

4) เครื่องมือที่ช่วยจัดบันทึก คือ สมุดและปากกา สำหรับจับบันทึกข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ ซึ่งช่วยในการบันทึกคำพูดที่สำคัญ สภาพแวดล้อม บรรยากาศ บุคลิกภาพ และพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล

(3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยวางขั้นตอนการเก็บข้อมูลวิจัยไว้ ดังนี้

1) ศึกษาและทำความเข้าใจ ในแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำไปสัมภาษณ์โดยทำความเข้าใจให้ถูกต้องก่อน จะเก็บข้อมูล

2) ทำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ ไปถึงผู้ประกอบการธุรกิจเวร่า โกลด์ ของกลุ่มแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อขอเข้าไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่

3) นัดหมายกับผู้ประกอบการธุรกิจเวร่า โกลด์ อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อจะเข้าไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

4) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด โดยการเข้าไปลงพื้นที่

5) นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่อยู่ในลักษณะของข้อความที่เขียนบรรยายเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ หรือความคิดเห็นในประเด็นที่กำหนดอย่างลึกซึ้ง เป็นข้อความที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ การบันทึกผลการสัมภาษณ์ หรือจากการสังเกต โดยการนำเอาข้อมูลมาดำเนินการตามขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ต้องการคำตอบอย่างชัดเจน

6) แปลความ สรุป และรายงาน

(4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต นำมารวบรวมและตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด จากนั้นจึงจัดเก็บข้อมูลและแบ่งประเภทข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา สรุปสาระสำคัญของคำสัมภาษณ์ ผู้วิจัยต้องใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรม การสังเกต การสัมภาษณ์ มาช่วยในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลและนำข้อสรุปไปปรึกษาเพื่อความถูกต้องอีกครั้ง

สรุปผลการวิจัย

(1) ด้านข้อมูลทั่วไป

ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน เป็นผู้หญิง 4 คน ผู้ชาย 2 คน ผู้ประกอบการธุรกิจ 1 คน ตำแหน่งประธานกรรมการผู้จัดการ 1 คน พนักงาน 4 คน จากการสัมภาษณ์พบว่าธุรกิจเครื่องตีม่วนทางจระเข้ เวร่า โกลด์ ก่อตั้งมามากกว่า 12 ปี ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเครื่องตีที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ซึ่งจากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแล้วพบว่า เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค กล่าวคือเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อได้ซื้อไปบริโภคเอง ไม่ได้เป็นสินค้าเพื่อนำไปผลิตหรือขายต่อ

(2) ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องตีม่วนทางจระเข้เวร่า โกลด์

1) เครื่องตีม่วนทางจระเข้ เวร่า โกลด์ เป็นสินค้าสะดวกซื้อ จากการศึกษาพบว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่เจ้าของธุรกิจได้สังเกตเห็นว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการบริโภคในชีวิตประจำวัน ต้มเพื่อช่วยแก้กระหายน้ำและมีคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค หากซื้อได้ง่าย มีราคาต่อหน่วยไม่แพงมาก สินค้ามีช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการส่งสินค้าไปฝากขายที่ร้าน OTOP ทุกจังหวัด จากการสัมภาษณ์พบว่าเครื่องตีม่วนทางจระเข้ เวร่า โกลด์ จะมีราคาที่จัดจำหน่ายโดยมีการสั่งซื้อสินค้าในราคาส่งตั้งแต่ 10 ลังขึ้นไปก็ขึ้นอยู่กับแต่ละจังหวัดก็จะมีตั้งแต่ราคา 25-28 บาทขึ้นไป ขึ้นอยู่กับว่าลูกค้าจะนำไปขายเท่าไรขึ้นอยู่กับสถานที่นั้นๆ เช่น พารา곤ขายอยู่ที่ราคาขวดละ 90 บาท, เกาะข้างราคาอยู่ที่ขวดละ 55 บาท ราคาขายไม่ได้บังคับลูกค้าว่าจะขายเท่าไร แต่ราคาส่งแต่ละที่ก็จะดูที่ราคาของค่าขนส่งด้วยว่าส่งที่ไหน แต่ถ้าขายให้กับผู้บริโภคเป็นรายบุคคลจะขายใน

20 มกราคม 2560

ราคาขวดละ 40 บาท ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้ เพราะตัวผลิตภัณฑ์จะมีราคาแพง คือ ขวดละ 40 บาท แต่ว่าลูกค้าระดับฐานะปานกลางก็มีบ้างเพราะเขาชอบในเรื่องของรสชาติ ส่วนใหญ่จะเป็นพวกข้าราชการ เพราะเขาจะซื้อเป็นของขวัญส่งมาฝาก ลูกค้านี้ระดับปานกลางก็จะซื้อกันไม่มากทีละ 2 ขวด ถึง 6 ขวด แต่ก็ซื้อเรื่อยๆ และตามไปซื้อตามบูธที่ได้จัดในเทศกาลต่างๆ

2) จากการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่าเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ เวย์ โกลด์ เป็นสินค้าเจาะจงซื้อ ซึ่งเจ้าของธุรกิจจะพบว่า ลูกค้ามีความภักดีในตราสินค้า เวย์ โกลด์ โดยจะมีพฤติกรรมการซื้อเรื่อยๆ หรือตามไปซื้อตามบูธที่ได้จัดในเทศกาลต่างๆ เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ เวย์ โกลด์ จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง และลูกค้าเต็มใจที่จะซื้อและมีความพยายามในการหาซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้านั้น โดยผู้บริโภคจะมีความจงรักภักดีต่อตราชื่อของเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ เวย์ โกลด์

(3) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ เวย์ โกลด์

1) การพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์พบว่า การเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าของธุรกิจ จะคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรก เวย์ โกลด์ เจาะกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในกลุ่มที่เป็นข้าราชการ รวมถึงเจาะกลุ่มตลาดสำหรับคนที่มีฐานะ เป็นกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม โดยมองเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายที่กล่าวมาข้างต้นนี้จะมีรสนิยมในการเลือกบริโภคสินค้า มีความสนใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วหันมาใส่ใจสุขภาพ เลือกรับประทานเลือกบริโภคอย่างมีวินัย หันมาออกกำลังกาย ดูแลตัวเองมากขึ้นเนื่องจากกระแสสุขภาพที่มาแรงทำให้ผู้บริโภคหันมาดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมากขึ้น เจ้าของธุรกิจได้เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าเนื่องจากว่านหางจระเข้เป็นสมุนไพรที่มีเป็นจำนวนมากในพื้นที่และเป็นสมุนไพรสารพัดประโยชน์ การนำว่านหางจระเข้มาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพซึ่งตรงกับความต้องการและรสนิยมกลุ่มเป้าหมายของ เวย์ โกลด์ ได้เป็นอย่างดี

2) การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ (หรือบริการ) ในเรื่องแนวคิด (Concept)

จากการศึกษาพบว่า เวย์ โกลด์ เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ผ่านการคัดสรรจากสมุนไพรธรรมชาติ เจ้าของธุรกิจมีการคิดค้นแนวคิดใหม่ๆ อย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากธุรกิจประเภทเดียวกัน ด้วยการนำเนื้อว่านหางจระเข้มาผสมในน้ำผลไม้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มีเนื้อว่านหางจระเข้เป็นรสอ่อน รสลิ้นจี่ เม็ดแมงลักน้ำผึ้งผสมมะนาว ปัจจุบันเจ้าของธุรกิจ เวย์ โกลด์ มีการคิดค้นรสชาติใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความแตกต่าง ความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ เวย์ โกลด์ มากขึ้น

3) การพิจารณาวัตถุดิบ

จากการศึกษาพบว่า เจ้าของธุรกิจเลือกใช้วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจากผลผลิตทางการเกษตรของอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีว่านหางจระเข้ชื่อยุเป็นจำนวนมาก เจ้าของธุรกิจจึงมองเห็นคุณค่าของวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีคุณประโยชน์ที่หลากหลาย นำมาแปรรูปพัฒนาขึ้นมาให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี “คุณค่า” ต่อร่างกาย รวมถึงเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เนื่องจากใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในการผลิต จากการที่ธุรกิจผลิตสินค้าที่มีคุณภาพจึงทำให้ลูกค้าจะกลับมาบริโภคสินค้าอย่างต่อเนื่อง

4) การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง “คุณค่า”

จากคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ เวย์ โกลด์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดแก้วโปร่งใสรูปทรงสวยงาม จากการศึกษพบว่าบรรจุภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความหรูหรา มีระดับ และมีรสนิยม รวมถึงธุรกิจได้สังเกตเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ของ เวย์ โกลด์ ยังรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้อย่างดี แต่อุปสรรคของบรรจุภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์เสียหายได้ในระหว่างการขนส่ง

5) การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์พบว่าธุรกิจ จะไปออกบูธจัดจำหน่ายสินค้าทั้ง 77 จังหวัดทั่วประเทศผู้ให้ข้อมูลต้องการให้ผู้บริโภคเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด เป็นการให้บริการลูกค้าและดูแลตอบรับจากลูกค้าได้ทันที

และตอบคำถามเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ด้วยการบอกสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เครื่องตีมันทางจระเข้ ให้กับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งรับประกันสินค้าหากไม่พึงพอใจผู้บริโภคสามารถเสนอแนะได้ทันที เพื่อที่จะเป็นแนวทางให้ธุรกิจได้นำไปปรับปรุงต่อไป

6) การเสริมสร้าง "คุณค่า" ให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์

จากคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า ประเด็นที่สำคัญที่สุด ในการเสริมสร้าง "คุณค่า" ให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์ จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าสิ่งที่โดดเด่นให้กับธุรกิจและสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เวร่า โกลด์ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีรสชาติที่อร่อย เจ้าของธุรกิจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างทางเลือกใหม่สำหรับการเลือกซื้อไปยังผู้บริโภค การบอกต่อของกลุ่มผู้บริโภคเดิมไปยังกลุ่มผู้บริโภครายใหม่ เป็นการเสริมสร้างคุณค่าด้วยการบอกต่อแบบปากต่อปาก จึงทำให้ธุรกิจมีผู้บริโภคเครื่องตีมันเวร่า โกลด์ ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เวร่า โกลด์ ต้องดำเนินสื่อสารแบรนด์ผ่านสื่อออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Facebook) และโปรโมทผลิตภัณฑ์โดยการออกบูธจัดจำหน่าย ในทุกพื้นที่ ภายในบูธมีการให้บริการชิมฟรีทุกรสชาติ เพื่อสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าและรสชาติที่อร่อยของผลิตภัณฑ์ เวร่า โกลด์

3.7) การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม เรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์พบว่าธุรกิจ ทำการส่งสินค้าโดยการนำไปฝากขายที่ร้าน OTOP ทุกจังหวัด และมีจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ เช่น บิ๊กซี, Golden Place หรือ ท็อปมาร์เก็ต เป็นต้น รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่กำลังไปทำการฝากขาย การมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อสร้างความสะดวกหรือการเข้าถึงของผู้บริโภคให้ได้ง่ายขึ้น เป็นปัจจัยที่ทำให้คนได้เห็นหรือรับรู้ถึงการมีอยู่ของเครื่องตีมัน เวร่า โกลด์ และจากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าในปัจจุบันผลตอบรับจากผู้บริโภคเป็นผลไปในเชิงบวกซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกได้ว่าธุรกิจกำลังดำเนินไปได้ด้วยดี

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาอธิบายได้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องตีมันทางจระเข้ เวร่า โกลด์ ของกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรสวมรอยยอต จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีหลักเกณฑ์หรือมาตรฐานในการพิจารณารูปแบบของผลิตภัณฑ์พบว่าเครื่องตีมันทางจระเข้ เวร่า โกลด์ เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการ สินค้าที่ผู้ซื้อได้ซื้อไปเพื่อนำไปบริโภคเอง เป็นผู้บริโภคนคนสุดท้าย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สินค้าสะดวกซื้อ และสินค้าเจาะจงซื้อ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเครื่องตีมันทางจระเข้ เวร่า โกลด์ เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภค โดยเป็นตราสินค้าที่จะทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ง่าย เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีความไว้วางใจ มีการแนะนำให้ผู้บริโภครายอื่นได้รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิศา ลัญยานนท์ (2548) ที่กล่าวว่า คุณค่าตราสินค้าสามารถบ่งบอกถึงตัวตนของผลิตภัณฑ์นั้นๆในมุมมองของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตีมันทางจระเข้ เวร่า โกลด์ ที่ประกอบด้วย การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จะพิจารณาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรก เวร่า โกลด์ การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์, การพิจารณาวัตถุดิบ, การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง "คุณค่า" การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์, ประเด็นที่สำคัญที่สุด ในการเสริมสร้าง "คุณค่า" ให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์, การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่ม และการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้นให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะพบว่ากระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตีมันทางจระเข้ เวร่า โกลด์ จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ รสชาติที่อร่อย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างทางเลือกใหม่สำหรับการเลือกซื้อไปยังผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเดิมที่เคยบริโภคแล้วกลับมาบริโภคอีก เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับรู้ได้ทั้งทางกายภาพความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวารุณี สุนทรเจริญนนท์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า ในโลกแห่งการแข่งขันที่ยังวันยังมีความร้อนแรงสูงขึ้น การทำธุรกิจย่อมต้อง "คิด" ให้

เหนือชั้นกว่าที่เคยเป็น ต้องสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความสร้างสรรค์ ซึ่งจะขอเรียกรวมในที่นี้ว่า "ธุรกิจสร้างสรรค์" ธุรกิจสร้างสรรค์ ในที่นี้หมายถึงธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับ "คุณค่า" จากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นสูงขึ้น ไม่ว่าจะสัมผัสได้ทางกายภาพ (Physical) หรือ อารมณ์ความรู้สึก (Emotional)

การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จะพิจารณาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรก ได้มองเห็นว่ากลุ่มเป้าหมาย จะมีรสนิยมในการเลือกบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ มีความสนใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วหันมาใส่ใจสุขภาพ ดูแลตัวเองมากขึ้นประกอบกับกระแสสุขภาพที่มาแรงทำให้ผู้บริโภคหันมาตี๋มเครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพมากขึ้น มีแนวคิดสร้างมูลค่าเพิ่ม จากว่านหางจะเข้มาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มเพื่อสุขภาพว่านหางจะเข้ เวย์รา โกลด์ ซึ่งตรงกับความต้องการและรสนิยมกลุ่มเป้าหมายของ เวย์รา โกลด์ ได้เป็นอย่างดี การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อในผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540) ที่กล่าวไว้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคจะเริ่มเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้รู้ถึงสิ่งที่เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องมีการกลั่นกรองด้วยประสบการณ์ของบุคคล หากการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องที่ไม่แน่นอน ปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคจะเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจ

จากการศึกษาพบว่า เวย์รา โกลด์ เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เจ้าของธุรกิจ เวย์รา โกลด์ มีการคิดค้นรสชาติใหม่ๆออกมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความแตกต่าง ความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจะเข้ เวย์รา โกลด์ เพื่อสามารถตอบสนองถึงความต้องการผู้บริโภคและความต้องการของตลาด สินค้าที่มีความเอกลักษณ์สามารถสร้างการจดจำไปยังผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรเดช โทมมาตร (2553) ได้ศึกษารูปแบบและการวางแผนทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลตอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น ควรมีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทางกลุ่มจึงพัฒนาผ้าทอไทดำเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด

จากคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจะเข้ เวย์รา โกลด์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดแก้วโปร่งใสรูปทรงสวยงาม ธุรกิจได้สังเกตเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ของ เวย์รา โกลด์ ยังรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้ดี แต่อุปสรรคของบรรจุภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์เสียหายได้ในระหว่างการขนส่ง การให้ความสำคัญขึ้นตอนการบรรจุผลิตภัณฑ์ลงกล่องเพื่อการขนส่งจึงเป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภุชงค์ โรจน์แสงรัตน์ (2540) ได้วิจัยเรื่องการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดนนทบุรี การออกแบบให้บรรจุภัณฑ์เกิดประสิทธิภาพในการคุ้มครองสินค้า ทั้งในการขายและการขนส่ง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการศึกษ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจะเข้ เวย์รา โกลด์ พบว่า เป็นสินค้าสะดวกซื้อและสินค้าเจาะจงซื้อ ที่เจ้าของธุรกิจได้สังเกตเห็นว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการบริโภคในชีวิตประจำวัน เป็นเครื่องตี๋มที่ช่วยแก้กระหายน้ำและมีคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคหาซื้อได้ง่าย จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง และลูกค้าเต็มใจที่จะซื้อและมีความพยายามในการหาซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้านั้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี๋มควรให้ความสำคัญด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ ที่ประกอบการเพื่อใช้ในการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ว่ามีลักษณะใด เป็นการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

2. จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจะเข้ เวย์รา โกลด์ สามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจให้มีคุณค่าเพิ่ม เนื่องจากเจ้าของธุรกิจ

เครื่องตี๋มว่านหางจระเข้ เวย์รา โกลด์ ได้ให้ความสำคัญในการพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ (หรือบริการ) ในเรื่องแนวคิด การพิจารณาวัตถุดิบ การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึง "คุณค่า" การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์การเสริมสร้าง "คุณค่า" ให้ผลิตภัณฑ์คือการสร้างแบรนด์ และการพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มเรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้นให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การพิจารณาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการนำไปประกอบใช้กับกลยุทธ์การดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการศึกษารูปแบบและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจระเข้ เวย์รา โกลด์ในระดับตราสินค้าท้องถิ่น และตราสินค้าระดับประเทศ
2. ควรมีการศึกษา รูปแบบและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจระเข้ เวย์รา โกลด์ในบริบททางธุรกิจอื่น ๆ เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของผลตอบแทนที่ดีจากการทำธุรกิจ นำไปประยุกต์ใช้ทางการแข่งขันในธุรกิจเครื่องตี๋มกับคู่แข่งทางการตลาดได้
3. ควรมีการศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจระเข้ เวย์รา โกลด์และมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ประกอบการในระเบียบวิธีวิจัยแบบอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากมุมมองของผู้ประกอบการ และผู้บริโภค เพื่อให้ผลการวิจัยการศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจระเข้ เวย์รา โกลด์มีความครอบคลุม และชัดเจนมากขึ้น เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากลูกค้า เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จิรดา นาคกิต. (2554). แนวความคิดแบบมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์. หลักการตลาด PRINCIPLES OF MARKETING ปีที่ 1 ฉบับที่ 1
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- เดชน์ เทียมรัตน์และกานต์สุดา มาฆะศิริรานนท์. (2545). วินัยสำหรับองค์การแห่งการเรียนรู้. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ. เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ. บิสิเนสเวิร์ด.
- วารุณี สุนทรเจริญนนท์. (2559). กระบวนการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์. สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2559. จาก <http://www.bangkokbiznews.com/>.
- ภูษงค์ โรจน์แสงรัตน์. (2540). การออกแบบปรับปรุง บรรจุภัณฑ์ทุเรียนแปรรูปของกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษาศาสตร มหาบัณฑิต. (ศิลปอุตสาหกรรม) บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร.
- สุรเดช โทมมาตร. (2553). แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็นกตำบลตอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อนุพันธ์ ทองมา. (2554). แนวความคิดแบบมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์. หลักการตลาด PRINCIPLES OF MARKETING ปีที่ 1 ฉบับที่ 1.
- OTOPtoday, (2559). ผลิตภัณฑ์เครื่องตี๋มว่านหางจระเข้ในน้ำอุนงูขาว. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2559. จาก <http://www.otoptoday.com/>