

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5th National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดี เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโกคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มะโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์รชฎ เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาติ สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลดินทร์ แสงอาสาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสถิตย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์

กล่อมธงเจริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ศรีนฤวรรณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เดชเถกิง

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์

อวิโรธนานนท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ต้นจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ตุลาสมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กฤตน์

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อันจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

www.ba.mju.ac.th

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษนิศา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หัตพงษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ

อาจารย์ ดร.กัญญพัสวี่

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

อาจารย์ ดร.อรุณี

อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์

อาจารย์ ดร.พนมพร

อาจารย์ ดร.ศรฐา

อาจารย์ ดร.กุลชญา

อาจารย์ ดร.อนุชา

อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสภวิริยะ

บุญมาก

สัมฤทธิ์สกุล

ชลประเสริฐสุข

ศิริโกคากิจ

บังเมฆ

มณีพันธ์

สงเคราะห์

หยุเย็น

ชุลิกาวิทย์

วรรณสถิต

ศรีนฤวรรณ

เดชเถกิง

อวิโรธนานนท์

ตันจันทรพงศ์

ตุลาสมบัติ

พงษ์เพชร

กล่อมธงเจริญ

สิริประเสริฐศิลป์

ยศบุตร

ใบไม้

เฉลิมวรรณ

วรุณกุล

แฉ้วนแก้ว

กันทรดุษฎี

มารังค์

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ ร้าน โคโรฟิลด์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
The model business strategy of Coro field of Suan Phueng, Ratchaburi

ปริญญา กนกพนาทนต์¹ มณีสินี บุญมีศรีสง่า²

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ 2) ศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์และ 3) ศึกษาปัญหาอุปสรรค และวิธีการแก้ไข ปัญหาของธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ รวมไปถึงวิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของการจัดการดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ ของร้านโคโรฟิลด์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก 8 คน เป็น เจ้าของกิจการ พนักงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของร้าน โคโรฟิลด์ เป็นการสร้าง หรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นผลไม้ที่ผลิตขึ้น หรือผลผลิต นำมาสร้างนวัตกรรมการสร้างสรรค์ออกมาเป็น รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อการบริโภค โดยแนวความคิดที่สร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ มีการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่ลูกค้าได้ การพัฒนาการเกษตรของประเทศไทยให้ก้าวสู่การเป็นเกษตรเชิงสร้างสรรค์ มีการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และ 1S มาใช้ในการดำเนินงานของร้านโคโรฟิลด์ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านสินค้า และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และสื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ, เกษตรเชิงสร้างสรรค์, โคโรฟิลด์

Abstract

The purpose of the research were to study 1) patterns of agribusiness creative 2) agricultural creative business strategies 3) problem and solutions to the problems of agriculture constructive. This research was qualitative research by documentary research and in-depth interview with is key informants including the owner , employees and customers.

The research found that the model of agricultural creative management implemented by Coro field, has been used to maximize the value, whether it be the fruits of production, or output to create innovative creations, into a new product to the consumer, or for as gifts. Through creative concepts by entrepreneurs, staff are trained to engage with customers motivating them to learn and develop skills. To develop Thailand's agriculture into a creative agricultural industry, we must borrow relevant Coro Field techniques and develop them to adapt under different contexts. Coro Field uses the concept from the marketing mix of the 7 Ps which are Price,

Promotion, Product, Place, Physical Environment, People and Process and 1S which is social media to drive production.

Keywords: Business Strategies, Creative Agriculture, Coro Field

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิม ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพหรือดำรงอยู่ได้โดยมีความเกี่ยวพันกับการเกษตร ในอดีต เกษตรกรไทย ทำการเกษตรแบบดั้งเดิม คือ ทำการเกษตรตามวิถีชีวิตพออยู่พอกิน ต่อมาเกษตรกรได้มีการปรับเปลี่ยนไปทำการเกษตรเชิงเดี่ยว เพื่อมุ่งเน้นให้ได้ผลผลิตในปริมาณมาก ๆ เอาไว้เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ แต่สุดท้ายประสบปัญหา ต้นทุนส่วนใหญ่มีกอยู่ที่วัตถุดิบที่ไม่สามารถผลิตได้เอง เช่น ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง หรือยาเคมีปราบศัตรูพืช และราคาขึ้นอยู่กับกลไกทางตลาด ทำให้เกษตรกรเชิงเดี่ยวเกิดเป็นหนี้ในทุกฤดูกาล ปัญหานี้ได้ส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้าง ทำให้ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยให้องค์ความรู้แก่เกษตรกร ในเรื่อง “ทุนและองค์ความรู้” (Capital & Knowledge) ตั้งแต่การใช้พันธุ์พืชที่ดี ดูแลจัดการฟาร์ม จนถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งเกษตรกรเองก็ต้องหาวิธีการพัฒนาการทำการเกษตรของตนควบคู่กันไป เพื่อให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เกษตรกรรุ่นใหม่ จึงหันไปให้ความสนใจการทำเกษตรสมัยใหม่ ที่ต้องใช้ความคิดในเชิง “สร้างสรรค์” มากขึ้น และเรื่องการสร้างสรรค์นี้ คือ “นวัตกรรมทางการเกษตร” อันสามารถพัฒนาต่อยอดไปข้างหน้าได้และเป็นสิ่งที่ทำได้ด้วย (วรวิจน์ สุวคนธ์, 2557) นวัตกรรมทางการเกษตร คือ การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ ให้เข้ากับการทำการเกษตรกรรม เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเพาะปลูก เพิ่มผลผลิต เพิ่มคุณภาพของผลผลิต และเพิ่มคุณค่าของผลผลิต นอกจากการให้ความสำคัญการผลผลิตแล้ว ยังต้องให้ความสำคัญกับภาคบริการมากขึ้นอีกด้วย (สุวิทย์ เมษินทรีย์อ้างถึงใน Admission Premium, 2559) ปัจจุบันคนในสังคมมีความเร่งรีบต้องการความรวดเร็ว ความสะดวก และความสบายมากยิ่งขึ้น ทำให้หลงลืมความสุขที่แท้จริง การก่อเกิดการปฏิวัติการเกษตรรูปแบบเดิม เพื่อก้าวสู่การเป็นเกษตรรูปแบบไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Farming) โดยเปลี่ยนการเกษตรที่นำเปื้อนและไกลตัวในความคิดของหลายๆ คน มาเป็นการทำการแบบมีนวัตกรรมที่จับต้องได้ ให้ความสนุกสนาน และสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ จึงเป็นแนวทางการทำการเกษตรที่เกษตรกรรุ่นใหม่เริ่มหันมาให้ความสนใจมากขึ้น หนึ่งในนั้น ได้แก่ ร้านโคโรฟิลด์ (Coro Field) เป็นเกษตรรูปแบบใหม่ที่นำเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่มาผสมผสานกับการเพาะปลูกด้วย “ใจ” ที่ใส่ใจดูแลวิธีการเพาะปลูกอย่างพิถีพิถัน โดยมีคติพจน์ว่า ต้นไม้ทุกต้นคือครอบครัวของเรา

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีร้านโคโรฟิลด์ ตั้งเป็นเกษตรในรูปแบบไลฟ์สไตล์ มีการนำนวัตกรรมทางการเกษตรมาใช้ คำว่า “โคโร” (Coro) ในภาษาญี่ปุ่นแปลว่า “เวลา” คำว่า “ฟิลด์” (Field) มาจากศัพท์ในภาษาอังกฤษที่แปลว่า “สนามกว้าง ๆ สีเขียว” ร้านโคโรฟิลด์ จึงมีความหมายว่า “สถานที่ที่ทำให้จังหวะเวลาชีวิตของคุณค่าที่ได้เข้ามาสัมผัสสัมผัสเดินช้าลง” เกษตรแห่งนี้มีใช้เพียงแต่มีพื้นที่กว้างใหญ่กว่า 104 ไร่ แต่เป็นที่ตั้งของเกษตรที่เน้นการปลูกและปรับปรุงพืชสายพันธุ์พิเศษที่ทำยากจากทั่วทุกมุมของโลก มีระบบการดูแลภายใต้ระบบโรงเรือนแบบเปิดและแบบปิด มีการนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยจากต่างประเทศมาใช้ได้อย่างผสมผสาน เริ่มจากการออกแบบห้องรับรองลูกค้า

เป็นอย่างเรียบง่ายแต่ดูดี มีบริการขายอาหารให้กับลูกค้าผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งอาหารส่วนใหญ่จะเป็นผลผลิตของร้านโคโรฟิลด์ ส่วนพื้นที่การเกษตร เริ่มจากสวนเกษตรสาธิต (Coro Garden) จะเป็นโรงเรือนแบบเปิด มีการจำลองพืชหลาย ๆ ให้นักค้าได้เข้าชมอย่างใกล้ชิด มีมุมขายผลผลิต แบบ Organic สด ๆ และมีโซนพื้นที่การเกษตรที่จัดเป็นโรงเรือนแบบปิด ซึ่งภายในโรงเรือนปิดลูกค้าที่มาใช้บริการจะพบกับโรงเรือนเพาะปลูกที่จำลองระบบกรีนเฮาส์ (Green House) มีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญคอยอธิบายวิธีการดูแลรักษาต้นไม้ ส่วนน้ำที่ใช้ในการรดต้นไม้จะดึงเอาน้ำแร่จากชั้นหินแกรนิตมาใช้รดน้ำต้นไม้ทุกต้น ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความมั่นใจของผลผลิตที่ดีและมีคุณภาพ ยอมใช้เวลายาวนานอยู่กับธรรมชาติ และสิ่งสรรค์สร้างของเกษตรกรแห่งนี้ ร้านโคโรฟิลด์นับเป็นแหล่งผลิตผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพ มีการเพิ่มพูนมูลค่าผลผลิต และยังเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ โดยทางร้านโคโรฟิลด์ ไม่เรียกเก็บค่าเข้าชมสถานที่ตามทัศนคติของเจ้าของผู้ประกอบการที่ว่า เพราะโคโรฟิลด์ไม่ได้แค่ปลูก แต่เป็นการสร้างแรงบันดาลใจที่เกษตรกรเชิงสร้างสรรค์

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์เพื่อทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์และการบริการได้มากยิ่งขึ้น และยังช่วยเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันกับคู่แข่งได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ ร้านโคโรฟิลด์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค และวิธีการแก้ไขปัญหาของธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ ร้านโคโรฟิลด์

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษา รูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ ร้านโคโรฟิลด์
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าที่มาใช้บริการ
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ร้านโคโรฟิลด์ ตั้งอยู่ที่ 117 ถนนราชบุรี-ผาปก ตำบลป่าหวาย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
4. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือน กันยายน ถึงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ร้านโคโรฟิลด์
2. ทราบถึงกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ร้านโคโรฟิลด์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างเหมาะสม

3.ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค รวมถึงการแก้ปัญหาในการประกอบธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ ร้านโคโรฟิลด์

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ฟิลลิป,คอตเลอร์(2546:24) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย

1.ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2.ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4.ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5.ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร พนักงานที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7.ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ด้านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ลูกค้าผู้ใช้บริการ เขียนเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ ลงรูปภาพ จากการเข้ามาใช้บริการ แบ่งปันให้กับผู้อื่นผ่านทางเว็บไซต์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลลิตา กาศยปนันท์ (2547) ศึกษาเรื่อง ขีดความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การประกอบธุรกิจเบเกอร์รี่ประสบความสำเร็จ พบว่าปัจจัยที่ทำให้การบริหารธุรกิจเบเกอร์รี่ประสบความสำเร็จ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และการให้บริการเพิ่มเติมพิเศษ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และทำได้โดยการประยุกต์ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ทฤษฎีการวิเคราะห์กลุ่มอุตสาหกรรม และการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานมูลค่าเพิ่ม กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน คือ การมุ่งเน้นสร้างความแตกต่างในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการ

พงษ์สรรค์ สีสานหงษ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด AEC ของผู้ประกอบการ SMEs ที่สำคัญ 4 กลยุทธ์ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 วิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ คือ การส่งออก การให้สิทธิบัตรการให้สัมปทานสัญญาในการผลิต การร่วมลงทุนระหว่างประเทศ การลงทุน อินเทอร์เน็ต การควบรวมกิจการ และการเข้าซื้อกิจการ กลยุทธ์ที่ 2 การเข้าสู่ตลาดนานาชาติ ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ตลาด เทคโนโลยี หน้าที่ และวิธีการเข้าสู่และวิธีการพัฒนา กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ที่ 4 นวัตกรรม คือ นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมทางการตลาด (Market Innovation) และนวัตกรรมขบวนการทางเทคโนโลยี (Technological Process Innovation)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์ (Observation) การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ร้าน โครโฟลด์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เนื่องจากเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยจึงกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าผู้ที่มาใช้บริการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก มีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ ไอโฟน 6 การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ขึ้นเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าผู้ที่มาใช้บริการ ซึ่งแนวทางการสัมภาษณ์จะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. การตรวจสอบข้อมูล การวิจัยเชิงคุณภาพมีความยืดหยุ่นสูง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือเพื่อการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บ

รวบรวมนั้นถูกต้องหรือไม่ คือการตรวจสอบแหล่งข้อมูลในเรื่องเวลา สถานที่ และบุคคล กรณีข้อมูลที่
ได้จากการสัมภาษณ์มีความขัดแย้งไม่ตรงกันกับข้อมูลที่ได้จากผู้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยนำ
คำถามเดิมสอบถามผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งโดยเปลี่ยนเวลา สถานที่ เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามอีกครั้ง
เป็นการยืนยันและหาข้อสรุปข้อมูลนั้นให้เกิดความชัดเจนส่วนข้อมูลที่เป็นที่สงสัยและไม่สามารถ
พิสูจน์ทราบได้ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลนั้นมาใช้และถ้าได้ข้อมูลไม่เพียงพอที่จะศึกษาก็จะทำการเก็บข้อมูล
เพิ่มเติมให้สมบูรณ์ (สุภางค์ จันทวานิช, 2553)

วิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากสัมภาษณ์ การสังเกตนำมา
รวบรวม และทบทวนข้อมูลทั้งหมด จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ผู้วิจัยต้องใช้แนวคิดแนวคิด
ทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกันเพื่อให้ข้อมูลครบถ้วน
ตามประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ซึ่ง
ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ ถอดเสียงจากไอโฟน 6 และจดบันทึก ทำการสรุปผลการศึกษารวมทั้ง
ข้อเสนอแนะ จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูล

ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ร้าน โคโรฟิลด์ อำเภอสวนผึ้ง
จังหวัดราชบุรี

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมด 8 คน เป็นเพศชาย 5 คน เป็นเพศหญิง 3 คน เป็น
ผู้ประกอบการ 1 คน พนักงาน 2 คน ลูกจ้างที่มาใช้บริการ 5 คน

2. ที่มาของร้านโคโรฟิลด์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบกิจการ ร้านโคโรฟิลด์ คือ “นายมิตรดนัย สดวารมณี” จบ
การศึกษาระดับปริญญาตรีสาขา Civil Engineering University of Wisconsin at Madison
ผู้ประกอบการนั้นมีการศึกษาเกษตรอย่างเชี่ยวชาญและมีการชั่งสังเกต มีการดำเนินธุรกิจโดยการ
ตัดสินใจและลงมือทำด้วยตัวเอง ลองผิดลองถูกจากประสบการณ์ โดยได้ตั้งใจที่อยากเอาความ
เชี่ยวชาญเรื่องเกษตร มาเริ่มทำการบ้าน แล้วคิดว่าถ้าจะปลูกอะไรสักอย่างหนึ่งเป็นต้องเป็นสิ่งที่ขาย
ได้ ผมไปร่วมสัมมนาเกษตรทุกที่ที่จัดขึ้น จนได้คำตอบที่ละเอียดและลองเอาสิ่งที่มี ณ ขณะนั้นตาม
กาลเวลาต่าง ๆ มาลองทดสอบตลาดในแบบหลาย ๆ รูปแบบเป็นเวลา 3 ปี แรงแบบบาลมาจากเจอคน
พูดถึงผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากเยอะขึ้น ผมมีโอกาสไปดูงานที่โรงเรียนของเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน
ภายในโรงเรียนดูสวยงามมาก จึงคิดค้นและพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
บนพื้นฐานและแนวคิดการพัฒนาคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นคุณค่าทางโภชนาการ โดยใช้ “ทุน
ทางทรัพยากร” มาปรับประยุกต์ใช้ในการแปรรูปอาหารจากผลผลิตทางการเกษตรที่มีอยู่ในฟาร์มเกิด
การสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ ร้านโคโรฟิลด์เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2558
ได้รับรางวัลจากเครืออเมรินท์ กรุ๊ป เป็น Best Place of Thailand และรางวัลสถาปัตยกรรม

3. ความหมายของการเกษตรเชิงสร้างสรรค์

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ได้ให้ความหมายเกษตรเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการเกษตรเชิงสร้างสรรค์ที่ต้องมุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีรูปแบบการทำเกษตรที่มีเอกลักษณ์ไม่ต้องลอกเลียนแบบของใคร มีการนำเอาเทคโนโลยีอันทันสมัยเข้ามาช่วยพัฒนาการเพาะปลูก ทำให้ที่ตั้งต้องเหมาะสมสามารถขยายธุรกิจต่อไปได้ ต้องมองความต้องการของการตลาดให้เป็น มีการหาพันธุ์พืชแปลกใหม่มาเพาะเลี้ยง และพัฒนาสายพันธุ์ให้มีผลผลิตที่มีรสชาติที่ดีขึ้น มีการประชาสัมพันธ์สถานที่และสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ใช้ระบบสื่อสารทางออนไลน์ในทุกรูปแบบ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้และต้องฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เรื่องเกี่ยวกับเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ของฟาร์มเกษตร อบรมพนักงานให้มีการนำเอาใส่ใจการให้บริการแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และมุ่งมั่นพัฒนาเพื่อทำให้แปลงเกษตรของตนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถทำให้คนทั่วโลกได้เห็นนวัตกรรมเกษตรที่เป็นเกษตรสร้างสรรค์มีอยู่ในเมืองไทย

จากการสัมภาษณ์พนักงาน 2 คน ได้ให้ความหมายเกษตรเชิงสร้างสรรค์ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ในปัจจุบันการเกษตรเริ่มตกต่ำลงเพราะผู้คนเริ่มไม่สนใจด้านเกษตร ร้านโคโรฟิลด์เป็นเกษตรเชิงสร้างสรรค์ ที่มีจุดเด่นของสินค้าที่ปลูกมาขึ้นมาจากปราศจากการใช้สารพิษ ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยมาช่วยในการเพาะปลูกให้คุณภาพของสินค้าเหมือนปลูกมาจากธรรมชาติ ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นเตือนให้คนเห็นความสำคัญของเกษตรมากขึ้น เกษตรเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ช่วยสรรค์สร้างผลงานที่มีประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจ และการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า นับว่าเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้ให้บริการต้องได้รับการอบรมวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้อง

จากการสัมภาษณ์ลูกค้าผู้ที่ใช้บริการ 5 คน ได้ให้ความหมายเกษตรเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นเกษตรที่ต้องใช้ความคิดในการสร้างสรรค์เกษตรให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ต้องมีการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำเกษตร เป็นเกษตรที่ต้องคิดค้นออกมาโดยไม่ลอกเลียนแบบใคร มีความทันสมัย สามารถให้บริการสินค้าแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้วยความอบอุ่นและเป็นกันเอง เป็นสถานที่ทำการเกษตรที่มีความสุขบรรยากาศที่เรียบง่ายผ่อนคลายกับความเครียด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ความรู้และสามารถลงมือปฏิบัติได้จริง

จากผลการศึกษาข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้าที่ใช้บริการ สามารถสรุปได้ว่า การเกษตรเชิงสร้างสรรค์ เป็นการทำการเกษตรในรูปแบบใหม่ เป็นธุรกิจการเกษตรที่มุ่งเน้นการสร้างเอกลักษณ์เป็นการเฉพาะตัว เสริมด้วยการให้บริการ และมีพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ทำให้เกิดมีการต่อยอดในการสร้างรายได้จากผลผลิตให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับเกษตรกรที่อาจเห็นช่องทางในการทำเกษตรแบบเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มพูนผลผลิต เกษตรเชิงสร้างสรรค์ ยังเป็นการส่งเสริมคนในสังคมเกิดการเรียนรู้วิธีการทำเกษตรในรูปแบบนวัตกรรมที่สามารถลงมือปฏิบัติได้จริง สามารถดึงดูดคนให้หันมาใช้เวลาพักผ่อนด้วยการทำเกษตร ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีจุดสนใจ อันเป็นการสร้างประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ

4. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาของร้านโคโรฟิลด์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ผลการศึกษาพบว่า

1. จุดแข็ง (Strengths)

1.1 มีสถานที่ท่องเที่ยวเกษตรในรูปแบบการเกษตรเชิงสร้างสรรค์อยู่เป็นจำนวนมาก โดยแต่ละที่จะมีกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป

1.2 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าหรือทำกิจกรรมทางการเกษตรไม่สูงเกินไป โดยจะสังเกตได้ว่ามีลูกค้าที่มาใช้บริการในรูปแบบการเกษตรเชิงสร้างสรรค์ เป็นจำนวนมากที่เข้ามาร้านโคโรฟิลด์

1.3 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเกษตรแบบการเกษตรเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถลงมือปฏิบัติได้จริง เป็นจุดดึงดูดลูกค้าทั้งที่เป็นคนพื้นที่และเป็นคนต่างพื้นที่มาท่องเที่ยว เข้ามาใช้บริการร้านโคโรฟิลด์

1.4 มีกรีนเฮาส์ขนาดใหญ่พร้อมด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดในอาเซียน ควบคุมระบบการเพาะปลูก พร้อมด้วยทีมงานที่มีประสบการณ์โดยตรงจากประเทศอิสราเอลกว่า 10 ปี

1.5 มีการใช้ตัวมาสคอต (Mascot) ชื่อ โคโรโระคุง โดยสร้างเรื่องราว (Story) ไว้ว่าโคโรโระคุงเป็นคนสวนที่นี่ โดยจะทำงานในช่วงกลางวันคนงานปกติกลับบ้านไปแล้ว ทำให้เป็นที่สนใจได้ทางหนึ่ง

1.6 เปิดให้ลูกค้าเข้าไปใช้บริการภายในสถานที่ โดยไม่มีการเก็บเงินค่าเช่า

1.7 มีระบบการจัดการจราจร โดยมีพนักงานคอยดูแลการเข้า-ออกรถบริเวณจุดจอดรถ

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

2.1 ในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมาก จึงมีความเร่งรีบในการเข้าใช้บริการ ทำให้ขาดความสะดวกสบายในการรับบริการ

2.2 ในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมาก โต๊ะที่นั่งมีไม่เพียงพอต่อจำนวนความต้องการใช้บริการ ทำให้บริการไม่ทั่วถึง

2.3 ที่ตั้งของร้านโคโรฟิลด์อยู่ในตำแหน่งเนินสูงของถนนทางไปอำเภอสวนผึ้ง ทำให้ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นได้ในระยะไกล ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าขับรถเลยผ่านไป

2.4 ฤดูกาลท่องเที่ยวที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จะมีอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์ หรือประมาณ 4 เดือนในช่วงฤดูหนาว ในเวลา 8 เดือนที่เหลือจะมีนักท่องเที่ยวน้อยลงมาก

2.5 อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ตั้งอยู่ภาคตะวันตกของประเทศ ยังไม่มีแรงจูงใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เหมือนจังหวัดชลบุรี, ระยองในภาคตะวันออก หรือจังหวัดเชียงใหม่ในภาคเหนือ

2.6 ต้องใช้เงินทุนที่สูงมากในการลงทุนเริ่มแรก การบริหารจัดการ และการดูแลรักษาระบบ

3. โอกาส (Opportunities)

3.1 เกษตรเชิงสร้างสรรค์ เริ่มเป็นที่สนใจจากลูกค้าทั้งที่เป็นคนพื้นที่และเป็นคนต่างพื้นที่ และเป็นกระแสนิยมในปัจจุบัน

3.2 แนวโน้มการรับประทานอาหารประเภทจานด่วน (Fast Food) ลดลง ประกอบกับกระแสรักสุขภาพและใส่ใจในคุณภาพของอาหารที่รับประทานมากขึ้น ส่งผลต่อการพิจารณาตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารอินทรีย์ที่ปราศจากการใช้สารพิษ หรือปุ๋ยเคมี (Organic Foods) มากขึ้น

3.3 การตลาดในการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรยังมีช่องทางการขยายตัวได้อีกมาก

4. อุปสรรค (T-Threats)

4.1 ความหลากหลายของกิจกรรมการเกษตรของร้านโคโรฟิลด์ บางครั้งลูกค้าสนใจที่จะเรียนรู้ในหลายกิจกรรม แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา ทำให้มีเวลาในการเรียนรู้กิจกรรมไม่เต็มที่ ดังนั้นจึงต้องมีการบริหารจัดการในเรื่องของเวลาและการนำเสนอเพื่อให้ทุกคนได้รับความรู้จากการทำกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

5.รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของ ร้านโคโรฟิลด์

หลังจากผ่านกระบวนการวิเคราะห์ SWOT Analysis แล้ว ผู้วิจัยพบว่า การทำธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของร้านร้านโคโรฟิลด์ มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ทั้งการนำเสนอการบริการที่มีความแตกต่าง สร้างการรับรู้ให้ผู้ประกอบการมองเห็นคุณค่าของสินค้าและบริการ ตลอดจนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องจะนำไปสู่ความสำเร็จได้ และเมื่อนำผลที่ได้จากการทำ SWOT Analysis จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรเชิงสร้างสรรค์ ของร้านโคโรฟิลด์ แล้วนำ TOWS Matrix มาใช้เพื่อวิเคราะห์ทางเลือกเชิงกลยุทธ์ที่เป็นไปได้ของร้านโคโรฟิลด์ พบว่า ร้านโคโรฟิลด์ มีกลยุทธ์ในการทำการเกษตรที่มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ โดยใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยควบคุมการเพาะปลูกและพัฒนาสายพันธุ์ มีการแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มพูนมูลค่าและคุณค่าของผลผลิต เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ ศึกษาดูงาน ซึ่งจัดเป็น “แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ของจังหวัดราชบุรี มีการใช้อินเตอร์เน็ต เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้า ใช้สังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ลูกค้าใช้บริการ เขียนเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ ลงรูปภาพ จากการเข้ามาใช้บริการ แบ่งปันให้กับผู้อื่นผ่านทางเว็บไซต์ โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ที่ให้บริการบนโลกออนไลน์ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจและกิจการของร้านโคโรฟิลด์ ได้อย่างแพร่หลาย และมีจุดแข็งลูกค้าทั้งที่เป็นคนพื้นที่และเป็นคนต่างพื้นที่มาท่องเที่ยวและเรียนรู้เกษตรเชิงสร้างสรรค์ โดยมีรูปแบบดังต่อไปนี้

1. สัมผัสของจริง การได้ลงมือเพาะปลูก เก็บเกี่ยวผลผลิต การสร้างสรรค์ สามารถปฏิบัติ และสัมผัสได้กับกิจกรรมที่จัดให้ของทางร้านโคโรฟิลด์

2. การสัมผัสจริงโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตัวเอง ใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การเอาวัตถุดิบที่มีอยู่มาทำผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลงานศิลปะของตัวเอง

ในขณะที่การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 7Ps) สามารถสรุปผลการศึกษาลำดับความสำคัญ ได้ดังนี้

1. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การส่งเสริมการขายนั้น พบว่า ร้านโคโรฟิลด์ ได้ใช้สังคมออนไลน์ (Social Media) อินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือสำคัญในการทำยอดขายสินค้าเพิ่มสูงขึ้น และประสบความสำเร็จในการจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากได้ในเวลาที่รวดเร็ว ซึ่งการส่งเสริมการขายของร้านโคโรฟิลด์ พบว่ามี 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1 การนำรูปภาพสินค้า และบรรยากาศของร้านโคโรฟิลด์ แสดงบนสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ และยูทูป ทำให้ได้รับความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และนักท่องเที่ยวที่อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก

1.2 การขายโดยพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรม (Training) ในเรื่องการให้บริการที่ดีและมีคุณภาพ ปลูกฝังให้พนักงานมีจิตใจรักในงานด้านบริการ (Service Mind) มีรอยยิ้ม มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า ให้บริการอย่างประทับใจ บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน เอาใจใส่ลูกค้า อบรมทักษะในเรื่องเกษตรให้กับพนักงานทุกคน ทำให้สามารถดูแลลูกค้าที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี สามารถอธิบายถึงตัวผลิตภัณฑ์

หรือสินค้า ราคา ตลอดจนถึงคุณสมบัติที่ดีของตัวสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้ลูกค้า และเกิดยอดขายการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างดี

1.3 การออกแบบจัดทำชั้นวางแสดงโชว์สินค้าที่สะอาด เรียบง่าย แต่ดูสะอาดสวยงาม โดยเลือกนำสินค้าที่ขึ้นชื่อของทางร้านไว้ในตำแหน่งที่โดดเด่น ทำให้ลูกค้ารู้สึกชื่นชอบ และตัดสินใจซื้อสินค้าที่นำมาแสดงโชว์

2. ด้านบุคลากร (People) ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สร้างค่านิยมให้กับองค์กร พบว่า ทางร้านโครโฟลด์โดยผู้ประกอบการ มีการฝึกอบรมทักษะ และพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการเป็น 2 วิธี

2.1 การฝึกฝนพนักงานเรื่องการบริการ เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาความรู้พื้นฐานในด้านการบริการและตระหนักถึงความสำคัญของการบริการที่ดีเลิศ

2.2 การฝึกฝนพนักงานเรื่องเกษตร เพื่อให้พนักงานมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับเกษตรสามารถถ่ายทอด ให้คำแนะนำ และตอบข้อซักถามลูกค้าได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

3. ด้านสินค้า และบริการ (Product and Service) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (สินค้า) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (บริการ)

สินค้า ทางร้านโครโฟลด์ ได้นำเอาสินค้าออกมาวางจำหน่ายแบ่งเป็น 3 จำพวก ได้แก่

3.1 ประเภทผลไม้และพืชผักสดรสที่ชาติดี ปราศจากการใช้สารพิษ หรือยาฆ่าแมลง

- มะเขือเทศฮอลแลนด์ ได้แก่ มะเขือเทศฮอลแลนด์สีแดง มีลักษณะเปลือกบาง รสชาติเข้มข้น ผลกลม และมะเขือเทศฮอลแลนด์สีเหลือง มีลักษณะเปลือกหนา รสชาติหวาน ผลทรงเรียวยาว

- สอกโกโตเมล่อน ได้แก่ โทมิเมล่อน มีลักษณะเปลือกสีทอง เนื้อสีเขียว รสชาติหวานกรอบ เนื้อกรอบ และโยชิเมล่อน มีลักษณะเปลือกสีเขียว เนื้อสีส้ม รสชาติหวานฉ่ำเนื้อนุ่ม

- มินเนเรลสลัด เป็นสลัดปลอดสารพิษ กรอบหวานแบบธรรมชาติ

3.2 ประเภทอาหาร

- มันม่วงญี่ปุ่นทอด + ซอสโคร 3 ฤดู

- เมล่อนคัตชีโอะ

- พาสต้ายากิโซบะ

- เบอร์เกอร์โฮมเมดหมูขาชู

- ข้าวกะเพราเห็ด ไก่คาราเกะ และอื่น ๆ

3.3 ประเภทเครื่องดื่ม

- โทมิเมล่อน + ครีมชีส

- โทมิเมล่อน + นมข้าว

- กล้วยหอมทอง + นมข้าว และอื่น ๆ

บริการ ทางร้านโคโรฟิลด์ ได้เปิดให้บริการ 3 โชน คือ

โชนที่ 1. โคโรคาเฟ่ เป็นการนำผลผลิตสด ๆ จากฟาร์มมารังสรรค์เป็นเมนูสุขภาพ โคโรคาเฟ่ จำหน่ายผลิตภัณฑ์และสินค้าที่เน้นเรื่องสุขภาพ และไลฟ์สไตล์

โชนที่ 2. โคโรการ์เด้น (Coro Garden) เป็นพื้นที่กิจกรรมที่ทำให้คุณรู้จักให้ ก่อนที่จะได้รับ และเรียนรู้คุณค่าในการทำเกษตร ด้วยการปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตด้วยตัวเอง แบ่งเป็น 2 โชน คือ โกรโซน (Grow Zone) เป็นกิจกรรมปลูกผักปลอดสารพิษ เรียนรู้วิธีการปลูก การดูแล เบื้องต้น และฮาร์เวสต์โซน (Harvest Zone) เป็นกิจกรรมที่ได้เรียนรู้เก็บเกี่ยวผลผลิตที่ถูกต้องแบบ เกษตรกร

โชนที่ 3. โคโรมี (Coro Me) เป็นพื้นที่กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้แสดงผลงานศิลปะผ่านการ ตกแต่งต้นไม้ ซึ่งผลิตภัณฑ์สินค้าและกิจกรรมเหล่านี้ล้วนเกิดจากวิถีคิดอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการ นำปัญหาที่เกิดขึ้นมาสร้างองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องไม่สิ้นสุด

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่ นำเสนอ จะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) พบว่า ร้านโคโรฟิลด์ ตั้งอยู่ในแห่งท่องเที่ยว มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดี เหมาะสม สำหรับเป็นที่พักผ่อนสำหรับบุคคลที่มาเที่ยว เป็นกลุ่ม หรือมาเป็นครอบครัว มีการจัดหน้าร้านที่มี สไตล์เป็นเหมือนสวนญี่ปุ่น มีการใช้ตัวมาสคอต (Mascot) นำเสนอเรื่องราว เป็นที่ดึงดูดความ น่าสนใจได้เป็นอย่างดี ทางร้านโคโรฟิลด์ มีการจัดช่องทางในการจำหน่ายสินค้าอยู่ 3 ช่องทาง ได้แก่

4.1 ทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาร์แกรม ทวิตเตอร์ และเว็บไซต์

4.2 ทางหน้าร้านโคโรฟิลด์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

4.3 บริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าตรงตามเวลาที่กำหนด (Delivery)

5. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่าง คุณค่า (Value) ของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อ การจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน พบว่า ร้านโคโรฟิลด์ มีสินค้าหลายชนิดแต่ละชนิดจะแตกต่างกัน ออกไป มีการกำหนดราคาขายสินค้าในราคาที่ไม่สูงจนเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ ประปรุงแต่ง เช่น พาสต้ายักโซปะ ใช้เส้นพาสต้านำเข้ามาจากญี่ปุ่นมาผัดกับซอสปรุงรสและผักสดที่เป็น ออแกนิก ราคา 165 บาท ข้าวกะเพราเห็ด ไก่คาราเกะ ราคา 185 บาท เมล่อนสดสายพันธุ์จาก ประเทศญี่ปุ่น ราคาชิ้นละ 50 บาท มันม่วงญี่ปุ่นทอด พร้อมซอสโคโร 3 ฤดู ที่คิดค้นสูตรขึ้นเอง ราคา 95 บาท หรือฟุดดิง ชัมเมอร์ ทำเป็นผลไม้สด ราคา 75 บาท เป็นต้น โดยอาหารแต่ละรายการจะมี การปรุงแต่งจากพ่อครัวที่มีประสบการณ์ ใช้วัตถุดิบที่สดและใหม่ มีการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ จำพวกที่เป็นผัก และผลไม้ ซึ่งเพาะปลูกและพัฒนาผลผลิตจากทางร้านโคโรฟิลด์ โดยแสดงให้เห็นถึงกระบวนการเพาะปลูกทุกขั้นตอน และมีการใช้น้ำแร่รดพืชผัก และต้นไม้ทุกต้น ทำให้ลูกค้ามี ความเชื่อมั่นในคุณภาพและคุณค่าของผลผลิต และต่างยอมรับว่าเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ของสินค้า และตัดสินใจซื้อเพราะมั่นใจว่าถูกกว่าเมื่อเทียบกับราคาอาหารของร้านขายอาหารที่มี ลักษณะใกล้เคียงกัน

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เป็นการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า นั้น พบว่า ร้านโคโรฟิลด์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเชิงสร้างสรรค์แห่งแรกในจังหวัดราชบุรี อยู่ห่างจากเมืองหลวง หรือกรุงเทพมหานคร ระยะทางประมาณ 150 กิโลเมตร ถือว่าไม่ไกลมากนัก สถานที่ของร้านโคโรฟิลด์ จัดได้เรียบง่าย แต่โดดเด่น และดูสะอาดตา การแต่งกายของพนักงานสะอาดเรียบร้อย การให้บริการที่รวดเร็ว และมีการเจรจาที่สุภาพอ่อนโยนกับลูกค้า

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจนั้น พบว่า ทางร้านโคโรฟิลด์ มีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ สัมผัสในธรรมชาติและเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับลูกค้าคนไทย ว่าอาชีพเกษตรกรสามารถเป็นอาชีพที่ภาคภูมิใจและสนุกในการประกอบอาชีพนี้ มีกระบวนการเป็นลำดับขั้นที่ชัดเจน ในแต่ละขั้นตอนนั้นแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ สำรวจ ดำรงชีวิต เรียนรู้ และแบ่งปัน ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญที่ทำให้คนเข้าใจหัวใจของการเพาะปลูก พร้อมเปิดใจรับสิ่งใหม่ที่คาดไม่ถึง

ทั้งนี้ก่อนที่เกษตรกรหรือผู้ประกอบการรายนี้ จะเริ่มลงทุนจัดตั้งร้านโคโรฟิลด์ และทำเป็นฟาร์มเกษตรเชิงสร้างสรรค์ได้ทำการศึกษาข้อมูลสำคัญใน 4 เรื่อง ดังนี้

1. การสำรวจ คือ การเข้าใจและให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ตามธรรมชาติจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเพาะปลูกและเป็นตัวแปรของการเจริญเติบโตของพืช ต้องหมั่นค้นคว้าหาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่พืชโดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

น้ำ เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่หล่อเลี้ยงทุกชีวิต ก่อนเริ่มต้นการเพาะปลูกทุกครั้ง การวิจัยตรวจสอบแหล่งที่มาและคุณภาพของน้ำเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง นอกจากนี้ปริมาณน้ำที่ใช้ดูแลพืชแต่ละชนิดจะใช้ปริมาณแตกต่างกัน รวมไปถึงความชื้นที่ยังคงอยู่ในอากาศล้วนส่งผลต่อการเจริญเติบโตของพืชทั้งสิ้น

อากาศ พืชแต่ละชนิดเหมาะกับสภาพอากาศ อุณหภูมิและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันไป ฉะนั้นการสำรวจสภาพอากาศในแต่ละภูมิภาคและฤดูกาล ต้องศึกษาแนวโน้มของภัยสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นในบริเวณเพาะปลูกจะช่วยให้รู้ทันแนวทางแก้ไขปัญหาในการดูแลพืชพันธุ์ รวมถึงใช้สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ดิน เป็นแหล่งกำเนิดและจุดเริ่มต้นของพืชที่วันหนึ่งจะเติบโตและออกผลผลิตให้เก็บเกี่ยว การให้ความสำคัญกับคุณภาพของดินและการเลือกดินที่เหมาะสมกับพืชแต่ละชนิดจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของพืช

2. ดำรงชีวิต คือการสำรวจสภาพแวดล้อมโดยรวมเรียบร้อยแล้วจึงถึงเวลาที่ปลูกพืชภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่พืชแต่ละชนิด ขณะที่อยู่ในช่วงการเจริญเติบโตและดำรงชีวิตเพื่อการอยู่รอด พืชต้องอาศัยปัจจัยเพิ่มเติมเพื่อเป็นสิ่งที่เกื้อหนุนให้เขาได้เติบโตอย่างสมบูรณ์แบบ โดยแบ่งออกเป็น 3 อย่าง ดังนี้

บ้าน เป็นแหล่งที่พักอาศัยที่เต็มไปด้วยความรักความอบอุ่นจากครอบครัว เช่นเดียวกับฟาร์ม เปรียบเสมือนบ้านของเหล่าพืชพันธุ์ต่างๆโดยมีผู้เลี้ยงดูให้พืชเจริญเติบโตและดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปลอดภัยท่ามกลางการต่อสู้กับสภาพแวดล้อมภายนอก

อาหาร ต้องคำนึงถึงแร่ธาตุและสารอาหารที่พืชแต่ละชนิดต้องการเพื่อที่จะเอื้ออำนวยให้พืชได้เจริญเติบโตและออกผลผลิตที่มีคุณภาพ

การดูแลเอาใจใส่ การดูแลเอาใจใส่ที่ดีจะช่วยในการเจริญเติบโต เปรียบเสมือนเหล่าพืชผัก หากให้ความรัก หมั่นทะนุถนอม ให้ความใส่ใจอย่างดี เชื่อว่าจะให้ผลผลิตที่ดีกลับมาในช่วงฤดูเก็บเกี่ยว

3. เรียนรู้ คือการเรียนรู้สิ่งใหม่และลองผิดลองถูกในชีวิตนั้นไม่มีวันสิ้นสุด หากได้ลองเรียนรู้สิ่งใหม่มากเท่าใด ก็ยังสามารถสังสรรค์ประสบการณ์ได้มากขึ้นเท่านั้นและประสบการณ์เหล่านั้นจะสามารถต่อยอดเป็นความคิดใหม่ทำให้ประสบความสำเร็จได้ แบ่งออกเป็น 3 อย่างดังนี้

ประสบการณ์ การดำเนินงานไม่สามารถบอกถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นได้ ดังนั้นจึงต้องกล้าเผชิญกับประสบการณ์ใหม่ ๆ เพื่อเรียนรู้และค้นพบคำตอบที่ต้องการ แม้ว่าจะได้ผลมาในด้านที่ดีหรือไม่ดีก็ตาม แต่ในที่สุดก็จะสามารถเลือกนำประสบการณ์ที่ใช้งานได้จริงมาต่อยอดในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

วิเคราะห์ เป็นการได้เผชิญกับประสบการณ์ใหม่ พอจะทราบถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำต่าง ๆ แล้วจึงนำสิ่งที่น่าสนใจ และมีประโยชน์แก่การเพาะปลูกมาวิเคราะห์และระดมความคิด เพื่อพัฒนาให้เกิดความคิดดี ๆ ต่อไป

ไอเดีย คือการทำงานทุกด้านของฟาร์ม ได้มาจากการพัฒนาแนวคิดและระดมสมองจากหลากหลายความคิดเห็น แล้วนำมาต่อยอดให้เกิดสิ่งใหม่ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและวิสัยทัศน์ของฟาร์ม นั่นคือการมุ่งเน้นในการนำทฤษฎีที่ทันสมัย มาผสมผสานกับการเกษตรแบบดั้งเดิมและสร้างสรรค์วิธีการใหม่ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีที่สุด

4. แบ่งปัน เป็นฟาร์มที่ตั้งปณิธานว่า อยากจะแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกให้แก่สังคมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และไม่ใช้ให้กับเพียงกับคนใดเพียงคนเดียว แต่ยินดีแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเทคนิคให้กับทุกคน แบ่งได้ 3 วิธีดังนี้

4.1) ให้ความรู้ คือการที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการเกษตร และยินดีที่จะเป็นที่ปรึกษาให้กับผู้ที่สนใจ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างเป็นกันเอง นอกจากนี้ตั้งใจจะเป็นหนึ่งสถานที่ที่พร้อมให้ความรู้ทางการเกษตร เพื่อนำพาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้แก่ชุมชน โรงเรียนหรือฟาร์มเกษตรอื่น ๆ อีกด้วย

4.2) ช่วยเหลือ โดยมีผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่พร้อมที่จะยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือเป็นทั้งกำลังแรงและกำลังใจในการให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรและความถนัดอื่น ๆ ที่สามารถทำได้ พร้อมทั้งจะอำนวยความสะดวกและยินดีที่จะให้ทุกคนมาเป็นครอบครัวเดียวกัน

4.3) สร้าง เป็นการที่ให้ความรู้และช่วยเหลือแล้วจะมีผู้ที่มีความรู้ทางการเกษตรเกิดขึ้นมากมาย เมื่อกลุ่มเหล่านี้มีขนาดใหญ่ขึ้นจะก่อให้เกิดเป็นชุมชนและสังคมใหม่ด้านการเกษตร สามารถนำแนวคิดไปค้นคว้า ถวายทอดและปฏิบัติงานแก่กิจการของตนเองได้ และในที่สุดวัฏจักรจะเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์และสามารถหมุนเวียนไปได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความหมายและรูปแบบเกษตรเชิงสร้างสรรค์ โดยร้านโคโรฟิลด์ เกิดจากแนวความคิดของเกษตรกรผู้ประกอบการเพียงสองคน ซึ่งมีประสบการณ์การทำเกษตรแบบดั้งเดิมและการทำเกษตรแบบก้าวหน้า โดยได้พยายามมองหาแนวทางเพื่อพัฒนาทำการเกษตรในแนวทางใหม่ ด้วยการนำเอานวัตกรรมมาบูรณาการร่วมกับเทคโนโลยีอันทันสมัยใช้ในการเพาะปลูก เพื่อพัฒนาสายพันธุ์พืชให้มีคุณภาพสูงขึ้น สรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร มีการต่อยอดด้วยการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรให้มีเอกลักษณ์และภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้สินค้าดูมีคุณค่า มีราคาที่เหมาะสม สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ รวมทั้งการออกแบบปรับปรุงแปลงเกษตรให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ให้บริการเสริมด้านกิจกรรม และใช้อินเตอร์เน็ตและการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ มาเป็นกลยุทธ์ในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจ ไทยแลนด์ 4.0 โดยอภิปรายผลจากคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ มีประเด็นที่สำคัญดังนี้

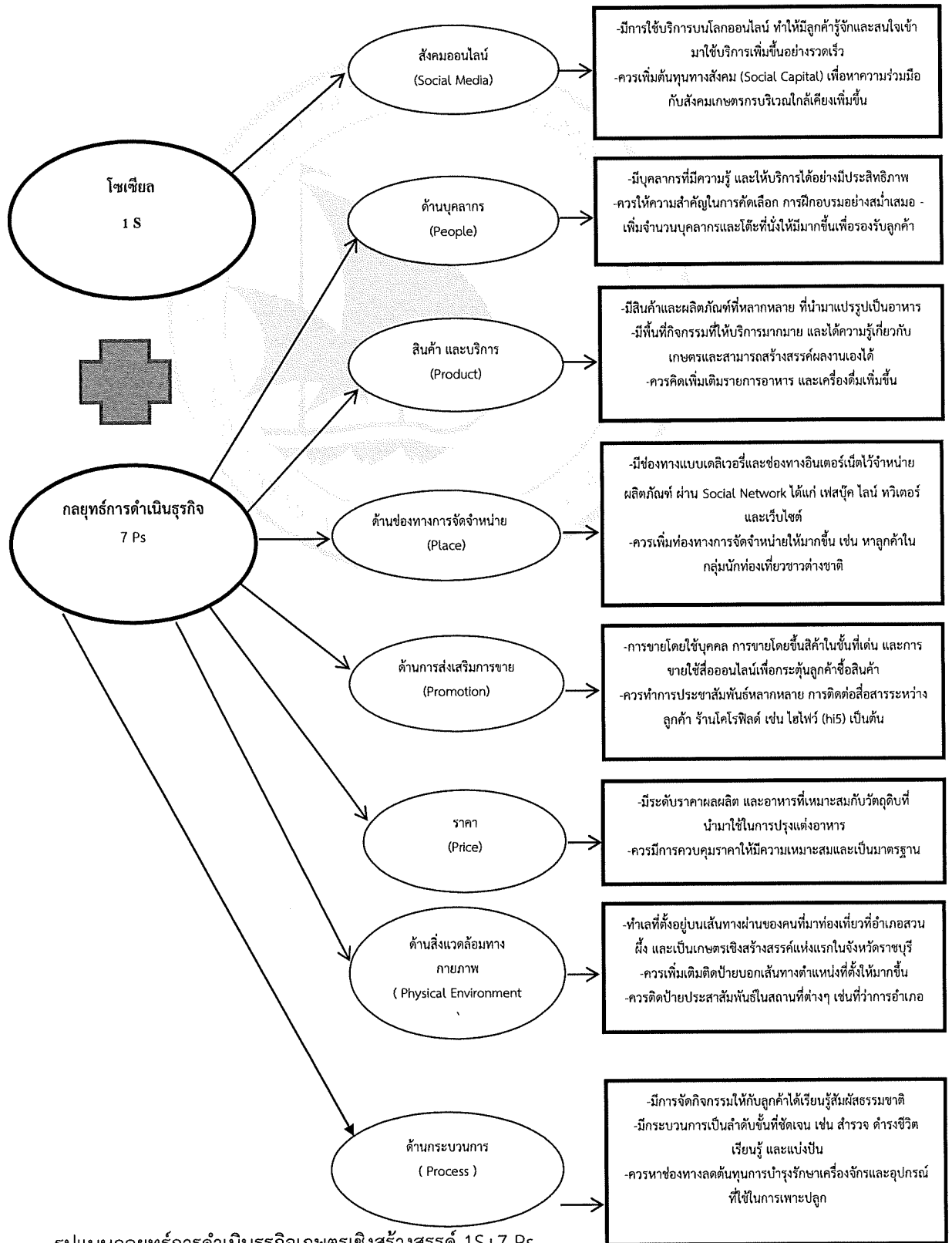
รูปแบบการดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ร้านโคโรฟิลด์ เป็นเกษตรเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถสร้างรายได้ด้วยการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์และมีคุณภาพมากมายโดยมีการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยควบคุมการเพาะปลูกและพัฒนาสายพันธุ์ มีวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ถูกต้อง จัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ เป็นแหล่งพักผ่อน ศึกษาหาความรู้ ศึกษาดูงาน มุ่งเน้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง ในจังหวัดราชบุรี

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ พบว่า ร้านโคโรฟิลด์ มีการใช้อินเตอร์เน็ต และการสื่อสารผ่านโลกสังคมออนไลน์ เพื่อเผยแพร่สินค้าและบริการของทางร้านโคโรฟิลด์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ยอดขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น มีลูกค้ารู้จักร้านโคโรฟิลด์และสนใจเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นได้อย่างรวดเร็ว มีการฝึกอบรมพนักงานในงานด้านงานบริการ ฝึกทักษะและความรู้ในการทำเกษตร มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนมูลค่าสินค้าอย่างต่อเนื่อง สร้างคุณค่าและภาพลักษณ์ของการทำการเกษตรให้เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ ศึกษาดูงาน และแปลงสภาพฟาร์มเกษตรเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ของจังหวัดราชบุรี โดยร้านโคโรฟิลด์ได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสถานที่ เต็มไปด้วยสารประโยชน์ ความรู้ และประสบการณ์ที่ดีที่ผู้มาเยือนจะได้รับกลับไป และจะกลับมาใหม่เมื่อมีโอกาส มีการนำผลผลิตภายในฟาร์มมาเป็นวัตถุดิบชั้นเลิศ ในการจัดทำรายการอาหารที่แปลกใหม่และหลายหลากแปลกใหม่ นำมารังสรรค์เป็นเมนูอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพมากมาย นับว่าเป็นการทำเกษตรที่สร้างสรรค์และสามารถสร้างรายได้ในการทำเกษตรได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญกานต์ ทวีทิพย์รัตน์ (2553) ได้ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิงกรณีศึกษาผับเจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์ พบว่า การประกอบธุรกิจสถานบันเทิงเป็นรูปแบบธุรกิจขนาดย่อม โดยผู้บริหารได้ทำการวางแผนล่วงหน้าเป็นสำคัญ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากธุรกิจสถาน

บันเทิงรายอื่น และมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง การบริการที่ผู้
บริการมีการจัดอบรมแก่พนักงานให้มีมาตรฐานเดียวกัน และการบริการจัดการลูกค้าให้ลูกค้ากลับมา
ใช้บริการซ้ำ

ปัญหาอุปสรรค และวิธีการแก้ไขปัญหา พบว่า ฤดูกาลท่องเที่ยวที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัด
ราชบุรีมีระยะเวลาที่สั้น ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา ทาง
ร้านโคโรฟิลด์ จึงได้ฝึกอบรมพนักงานต้อนรับให้มีการบริการที่รวดเร็ว รู้จักอดทนกับลูกค้าที่เรียกร้อง
ขอรับบริการอย่างเร่งด่วน มีรอยยิ้มตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน หรือให้คำแนะนำลูกค้าไปทำกิจกรรมใน
ส่วนพื้นที่ส่วนอื่น ๆ ก่อน สร้างบรรยากาศภายในสถานที่ให้รู้สึกร่มเย็น ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ และ
ใช้ต้นไม้ประดับให้รู้สึกมีความร่มรื่นและสดใส ทำการขยายโซนส่วนพื้นที่ของห้องรองรับลูกค้า การ
จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูก การดูแลต้นไม้ วิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ถูกต้อง รวมทั้งให้
ลูกค้าได้มีกิจกรรมปลูกต้นไม้ด้วยตนเองภายในพื้นที่ของร้านโคโรฟิลด์ ลูกค้าจะได้ระลึกถึงและหากมี
เวลาจะต้องกลับมาดูแลต้นไม้ของตนที่ปลูกไว้ ซึ่งล้วนแต่เป็นวิธีการแก้ไขปัญหาที่นับว่าได้ผลลัพธ์เป็น
ที่น่าพอใจ

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ยังแผนภาพดังนี้



รูปแบบกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ 1S+7 Ps

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ร้านโคโรฟิลด์ควรเพิ่มบริเวณสถานที่โต๊ะที่นั่งให้เพียงพอต่อจำนวนความต้องการใช้บริการ จะทำให้บริการทั่วถึงและเพิ่มเวลาในการทำกิจกรรมให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะที่ใช้ในงานวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะความหมาย รูปแบบ กลยุทธ์ ปัญหาและวิธีการจัดการ กับปัญหาการดำเนินธุรกิจเกษตรเชิงสร้างสรรค์ร้าน โคโรฟิลด์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการศึกษาถึงความสามารถในการพัฒนา เช่น การพัฒนาด้านสินค้าเกษตรเชิงสร้างสรรค์ของร้านโคโรฟิลด์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญญกานต์ ทวีทิพย์รัตน์. (2553). รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษาผับ เจ อาร์ มิวสิค ฮอลล์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฟิลลิป คอตเตอร์ (2546). แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. ได้จาก: <http://www.ihotelmarketer.com>. สืบค้น 30 ตุลาคม 2559.
- พงษ์สรรค์ สีสานหงส์จุฑา. (2554). กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs. ได้จาก: <http://www.bu.ac.th>. สืบค้น 28 ตุลาคม 2559.
- ลลิตา กาศยพนันท์. (2547). ชีตความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การประกอบธุรกิจ เบเกอร์รี่ประสบความสำเร็จ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรวิจน์ สุวคนธ์. (2557). เกษตรสร้างสรรค์. ได้จาก: <http://www.bangkokbiznews.com>. สืบค้น 30 ตุลาคม 2559.
- วิกิพีเดีย. (2558). การวิเคราะห์สวอต. ได้จาก: <https://th.wikipedia.org>. สืบค้น 25 ตุลาคม 2559.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรกิจ จันทรแสงศรี. (2550). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจังหวัดมหาสารคาม. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Admission Premium. (2559). ประเทศไทย 4.0 Thailand 4.0 คือ. ได้จาก <http://www.admissionpremium.com>. สืบค้น 30 ตุลาคม 2559.
- Wheelen, Thomas L. and Hunger, J. David. (2002). *Strategic Management and Business Policy*. 8Ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education