

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 กิตติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโกคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลี่ยน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มะโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์รชฏ เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาติ สวนคำทอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลดินทร์ แสงอาสภาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสฤติย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสฤติย์	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.กัญญพัสวีย์	กล่อมธงเจริญ	รองประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา	ศรีนฤวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา	เดชเถลิง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์	อวิโรธนานนท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา	ตันจันทรพงศ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล	ตุลาสมบัติ	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร	กรรมการ
นายพงศ์กฤตน์	ภูริพิสิฐกร	กรรมการและเลขานุการ
นางสาวอลิษา	อนันจิตต์	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.กิตติคุณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัศร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หัตถพงศ์

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

ศิริโกศากิจ

บังเมฆ

มณีพันธ์

สงเคราะห์

หุ่ยเย็น

ชลิกาวิทย์

วรรณสถิต

ศรีนฤวรรณ

เดชเอ็ก

อวิโรธนานนท์

ตันจันทรพงศ์

ตุลาสมบัติ

พองเพชร

กล่อมธงเจริญ

สิริประเสริฐศิลป์

ยศบุตร

ใบไม้

เฉลิมวรรณ

วรุณกุล

แว่นแก้ว

กันทรเดช

มารังค์

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมการเกษตรเมล่อนของผู้ประกอบการ พ.ฟาร์ม อำเภอบ้านนา
จังหวัดนครนายก

The added value of the culture of agriculture. Melon entrepreneurial. Phor
Farm, Ban Na District, Nakhon Nayok.

อัคนีรุทธิ์ พลดี (Akkaneerut Poldee)*

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (Manassinee Boonmeesrisanga)**

*นักศึกษา สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
สารสนเทศเพชรบุรี จังหวัด เพชรบุรี

*Student, Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT
campus, Phetchaburi

**อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
สารสนเทศเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี

** Instructor, Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT
campus, Phetchaburi

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาวัฒนธรรมการเกษตรและกระบวนการดำเนินงานของผู้ประกอบการ และ 2.) ศึกษากระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เมล่อน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ระดับลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน คือ เจ้าของกิจการ 1 คน พนักงาน 3 คน ลูกค้าที่มาใช้บริการ 6 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันการปลูกเมล่อนมีการปลูกอย่างแพร่หลายในหลายจังหวัด แต่ด้วยความคิดริเริ่มในการทำฟาร์มเมล่อนของเจ้าของธุรกิจให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ด้วยรสชาติที่อร่อยของเมล่อนและบริการที่น่าพึงพอใจ การบริการเป็นสิ่งที่ฟาร์มให้ความสำคัญอย่างมาก ทั้งการบริการขณะและหลังการขาย ทำให้มีทั้งลูกค้าเก่าที่ยังใช้บริการและลูกค้าใหม่ ๆ ที่เข้ามาจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง ในส่วนของการทำเว็บไซต์ควรมีการใช้รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจด้วย คลิปแสดงวิธีการปลูกเมล่อน หรือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในฟาร์มหรือการทำเว็บไซต์เป็นสองภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่มีความชื่นชอบและสนใจในการรับประทานเมล่อนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการก้าวไปสู่การประสบความสำเร็จ ควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของฟาร์มทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิธีการปลูก และการแปรรูปผลผลิต เพื่ออนาคตควรมีการขยายตลาดเดิมเพื่อกระจายกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มรายได้ให้กับทางธุรกิจให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่ม ,นวัตกรรมการเกษตร ,เมล่อน

Abstract

This research aims to 1.) innovative education, agriculture and the implementation of operators and 2.) The process of adding value to the product melon. A qualitative study in-depth interviews 10 is the primary owner of the first person, third person, customer service staff six people, the study found. Current planting melon are grown widely in many provinces. However, with the initiative of melon farming business owners a new type of tourist that happen. The agricultural tourism there are various activities to attract tourists. With the taste of melon and service satisfaction. Service is very important to the farm. Both during and after sales service. Making both old customers and new customers who also use the service to a variety of advertising channels. As part of the site should be used for the presentation interesting. Video shows how to grow melon or activity on the farm or site is bilingual to accommodate foreign visitors. The targets those who are passionate and interested in eating melon, both in Thailand and overseas. In a step toward success. There should be a continuous development of farms and the development of seeds to plant and how to translate the output image. The future should be to expand the existing distribution groups. Increase revenue to achieve a stable and sustainable business.

Keywords: creating value-added, Innovative, Melon

บทนำ

การพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นจากในสมัยก่อนอาชีพหลักของประเทศไทยคือการทำการเกษตรกรรม แนวคิดการพัฒนา “โมเดลประเทศไทย 1.0” จึงเริ่มขึ้นและมุ่งเน้นในด้านเกษตรกรรมเป็นหลัก ให้ความสำคัญกับการ ผลิตและการขาย พืชไร่ พืชสวน ยุคต่อมาประเทศไทยเข้าสู่ยุคของอุตสาหกรรม หรือแนวคิดการพัฒนา “โมเดลประเทศไทย 2.0” จะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับ การผลิตและการขาย เครื่องนุ่งห่ม เครื่องดื่ม ที่ใช้อุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน เป็นต้น ในการพัฒนาประเทศยังดำเนิน ต่อและก้าวเข้าสู่แนวคิดการพัฒนา “โมเดลประเทศไทย 3.0” โดยเน้นในเรื่องของอุตสาหกรรมหนัก และรวมถึงการส่งออกเพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น แนวคิดการพัฒนาโมเดล ประเทศไทย 1.0 2.0 และ 3.0 รายได้ของประเทศไทยยังอยู่ในระดับปานกลาง ทำให้รัฐบาลมีการริเริ่มนำ แนวคิดใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยให้เป็นแนวคิดที่เรียกว่า “ ประเทศไทย 4.0 หรือ การพัฒนาประเทศไทย 4.0 ” (บวร เทศารินทร์, 2559)

แนวคิด “ ประเทศไทย 4.0 ” จึงเป็นการปฏิรูปแนวทางใหม่ที่ใช้ในการพัฒนาประเทศไทย โดยเน้นการใช้นวัตกรรมสมัยใหม่ที่เข้ามาช่วยในการจัดการดำเนินงาน เพื่อที่จะสามารถใช้ทรัพยากร ที่มีค่าให้เกิดประโยชน์ได้สูงสุด โดยเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา แล้วต่อยอดในกลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ที่เชื่อมต่อ และกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม จนถึงบริการที่มีมูลค่าสูง ทั้งนี้ “เกษตรกรรม” ถือเป็นอาชีพหลักของคนในประเทศไทยตั้งแต่ในสมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน

เรื่องของกระบวนการผลิตทางการเกษตรที่เน้นการใช้นวัตกรรมสมัยใหม่ ให้เข้ามาช่วยในการเพาะปลูกและการดูแลทางการเกษตร รวมไปถึงการพัฒนาเป็นสินค้าที่แปรรูปและส่งออก เพื่อให้มีจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ รูปแบบที่เข้ากับยุคสมัย และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายสู่ตลาดสากล จนเป็นยอมรับจากนานาประเทศ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559)

การเกษตรกรรม ของประเทศไทยมีทั้งการทำไร่ปลูกข้าว ไร่ชา โดยแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค โดยการทำเพื่อค้าขาย รวมถึงการส่งออกในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนั้นแล้วที่ขาดไม่ได้คือการทำสวนผักและผลไม้ การที่ปลูกผลไม้ตามฤดูกาลให้ได้ผลผลิตที่ดีต่อการเกษตรกรรมนั้นควรคำนึงถึงความเหมาะสมของการเลือกพันธุ์พืชที่มีปัจจัยหลายด้าน เช่น สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม สภาพภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยและปัจจัยอื่นๆอีกมากเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ “เมล่อน” เป็นผลไม้ที่เกษตรกรไทยได้นำเข้ามาจากต่างประเทศ จนได้มีการทดลองปลูกและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีถึงแม้ว่าในด้านราคาขายที่สูงกว่าแตงโมที่ผู้บริโภคในประเทศไทยมีความคุ้นเคยมากกว่าเพราะว่ามีความแปลกใหม่ในรสชาติ รสสัมผัส ทั้งยังช่วยดับร้อนเหมาะกับการรับประทานในประเทศไทยและการที่ผู้ประกอบการสมัยใหม่ให้ความสนใจต่อผลไม้เมล่อนเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย (นิพนธ์ ไชยมงคล, 2550)

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้สนใจในการศึกษาวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและนวัตกรรม การปลูกเมล่อน รวมไปถึงการแปรรูปสินค้าให้มีคุณค่าที่สูง เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการรายอื่นที่สนใจในการประกอบธุรกิจ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมหรือต่อยอดธุรกิจให้มีการพัฒนาสืบต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษานวัตกรรมทางการเกษตรและกระบวนการดำเนินงานของผู้ประกอบการ พ.ฟาร์มในอำเภอ บ้านนา จังหวัด นครนายก
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ พ.ฟาร์มในอำเภอ บ้านนา จังหวัด นครนายก

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมทางการเกษตรเมล่อนของผู้ประกอบการ พ.ฟาร์ม อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายกมีขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการนำแนวคิดที่ใช้ในการทบทวนวรรณกรรมประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ และกลยุทธ์การตลาดเพื่อทราบถึงที่มา แนวคิด ปัญหา อุปสรรคในการสร้างมูลค่าเพิ่มและนวัตกรรมของเมล่อน พ.ฟาร์ม

2. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการ พนักงาน นักท่องเที่ยว

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ พ.ฟาร์ม อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก

4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2559 จนถึงเดือนธันวาคม 2559

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวทางในการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยามีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ พ.ฟาร์มในอำเภอ บ้านนา จังหวัด นครนายก โดยลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์แบบเชิงลึกด้วยการใช้คำถามแบบปลายเปิด เป็นการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลกับผู้ให้ข้อมูลในเรื่องของการปลูกและดูแลเมล่อน โดยการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้ทำการอธิบายถึงวิธีการปลูกเมล่อนและซักถามถึงปัญหา ข้อเท็จจริง ข้อมูลที่สำคัญในประเด็นที่ศึกษา และได้ศึกษาทดลองการปลูกเมล่อนในแปลงทดลองปลูก ซึ่งจะได้ข้อมูลที่จริงและเป็นข้อมูลเชิงลึก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มีการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้เป็นความรู้ในระดับเบื้องต้นในการศึกษาข้อเท็จจริง และใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยมีเครื่องมือประกอบไปด้วย

1.ผู้วิจัย นั้นเป็นเครื่องมือในการทำงานที่สำคัญที่สุด เพราะการวิจัยเชิงคุณภาพต้องมีการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลโดยตรง ต้องมีการเตรียมความพร้อมและศึกษาข้อมูลก่อนลงพื้นที่

2.การกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ มีลักษณะแบบเปิดกว้าง หรือแบบปลายเปิด มีความครอบคลุม ยืดหยุ่น และมีการนำคำสำคัญ (Keywords) มาใช้ประกอบในการขึ้นการสัมภาษณ์ โดยลักษณะของคำถามสามารถปรับเปลี่ยนให้มีความสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลแต่ละคน ตามเหมาะสมของสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา โดยโครงสร้างข้อคำถามประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล เช่น สภาพของธุรกิจเป็นอย่างไร การตอบรับของตลาดเป็นอย่างไรในกระบวนการผลิต และวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

3.เครื่องมืออื่นๆ ได้แก่ โทรศัพท์เพื่อบันทึกภาพบรรยากาศ ขั้นตอนในการดำเนินงานและใช้บันทึกเสียงข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถจดจำหรือบันทึกข้อมูลได้ทั้งหมด รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้ในการจดบันทึกข้อมูลที่สำคัญในการทำวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลโมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจ “ประเทศไทย 4.0” ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มาของทางเลือกในการประกอบธุรกิจเมล่อน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) รวมทั้งการนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูล และกำหนดข้อคำถามแบบปลายเปิด ที่มีความครอบคลุมและยืดหยุ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกระบวนการผลิตและวิธีการดำเนินงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

และเมื่อได้คำถามแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะเริ่มสัมภาษณ์และดำเนินการโดยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูล โดยขออนุญาตก่อนทำการบันทึกเสียง เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการตรวจสอบข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องภายหลังได้

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (สุภา ศักดิ์ จันทวานิช, 2553)
ด้านข้อมูล (Data Triangulation)

เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความถูกต้องเหมาะสม แหล่งที่มาของข้อมูลที่แตกต่างกัน ทั้งเวลา บุคคลและสถานที่ จะให้ข้อมูลที่เหมือนกันหรือมีความสอดคล้องกับคำตอบที่จะนำมา วิเคราะห์หรือไม่ ผู้วิจัยได้เลือกสอบถามข้อมูลจากข้าราชการองค์การ บริหารส่วนจังหวัดกาญจนบุรี โดยเลือก เวลา สถานที่และบุคคล ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน เพื่อศึกษา การให้ความหมาย และที่มากระบวนการออมเงินปัญหาและอุปสรรคในการออมเงินตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของข้าราชการ ว่าต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation)

เป็นการตรวจสอบข้อมูลว่าการตรวจสอบข้อมูลถ้าเปลี่ยนผู้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้วเป็นผู้ช่วย ผู้วิจัยรวมสามคนแล้วข้อมูลที่ได้จะตรวจสอบตรงกัน

การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ (Methodological Triangulation)

เป็นการตรวจสอบ ข้อมูลที่ได้จากเก็บข้อมูลที่ต่างกัน ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากหลายวิธี ทั้ง การศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จะทำให้ได้ข้อมูลใน มุมมองที่ต่างกันแต่มีคำตอบไปในทิศทางเดียวกัน ถึงแม้จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันก็ตาม

การวิเคราะห์ข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยการวิเคราะห์ แบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมแล้วพิจารณาประเด็น หลักที่พบในข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นผู้วิจัยจะนำประเด็นหลักมาพิจารณาเพื่อแยก ออกเป็นประเด็นย่อย แล้วจึงนำมานำวิเคราะห์ หาข้อสรุปถึงแนวคิดที่ตรงประเด็นกับหัวข้อที่ศึกษา เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงและความสามารถในการพัฒนาการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสภาพการณ์ธุรกิจปัจจุบัน และสามารถนำข้อมูลไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะได้

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เมล่อน พ.ฟาร์มในอำเภอ บ้านนา จังหวัด นครนายก มีดังนี้

1.) การให้ความหมาย

ผู้ประกอบการ – ผู้ที่มีความคิดริเริ่มในการทำเกษตรเชิงท่องเที่ยว สร้างแรงบันดาลใจให้กับ ชุมชนให้มีชีวิตที่ดีขึ้น สนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้านรูปแบบการดำเนินธุรกิจ นำเสนออาหารที่เป็นที่ชื่นชอบของบุคคล และ จุดท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและสัมผัสบรรยากาศ ธรรมชาติหรือศึกษาเรียนรู้ในการปลูกเมล่อน

พนักงาน – ยึดมั่นในการนำเสนออาหารที่สดใหม่มาจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ และมีส่วนร่วม ในการช่วยเหลือสังคมโดยไม่สร้างขยะ การรีไซเคิลวัสดุเหลือใช้เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่และส่งเสริม ให้ลูกค้ามากรับนำของที่ใช้แล้วให้นำกลับมาใช้ใหม่อีกครั้งหนึ่ง

ลูกค้าที่มาใช้บริการ – เป็นผู้ที่ทำให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่หรือต่อยอดความคิดที่จะสร้าง ผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่ง เพื่อเป็นโอกาสในการเติบโตของธุรกิจให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

จากการให้ความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือการพัฒนาสินค้าและ บริการให้เกิดความยั่งยืนและเป็นแนวทางที่ดีในการปฏิบัติที่ดีในคนทำตามอย่างเหมาะสม มีการใช้ ความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่ดีและเป็นมิตรต่อสังคม

2.) กระบวนการดำเนินงาน

กระบวนการผลิตดำเนินงานในธุรกิจ พ.ฟาร์ม นั้นเริ่มจากทีมงานทั้งหมด 4 ทีม ที่จะทำงาน ควบคู่กันในกิจการโดยทีมแรกคือทีมผลิต มีจำนวน5คน เป็นผู้ดำเนินการในการปลูกและควบคุมการ

ทำงานในโรงเรือนปลูกเมล่อน ทีมผลิตนี้จะทำการจัดบันทึกการทำงานและการเจริญเติบโตของเมล่อนทุกขั้นตอนเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาสายพันธุ์ต่อไป จนถึงช่วงระยะเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่เหมาะสมแล้วจึงจะมีการส่งต่อไปให้กับทีมขายซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3 คน มีหน้าที่ในการดูแลการส่งจองผ่านอินเทอร์เน็ตกับการขายหน้าฟาร์มที่จะมีลูกค้าเข้ามาติดต่อ และต่อมาเมล่อนส่วนหนึ่งจะถูกนำไปสู่ทีมที่ 3 คือทีมแปรรูปที่จะทำการแปรรูปเมล่อนให้เป็นสินค้าที่ขายในคาเฟ่ เช่น ไอศกรีมรสเมล่อน บิงซูเมล่อน ซาลาเปาไส้เมล่อน พายเมล่อน สาकुเมล่อน เป็นต้น อีกหนึ่งหน้าที่ที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในฟาร์มนี้คือ พิธีกรที่เป็นทั้งผู้บรรยายและนำเสนอสิ่งต่างๆในฟาร์มให้นักท่องเที่ยวได้รับชม

3.) กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม

กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเมล่อนของ พ.ฟาร์ม อยู่於การคิดต่างของผู้ประกอบการที่มีการเริ่มในการทำฟาร์มเมล่อนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยการเปิดให้ผู้ที่มีความสนใจซึ่งกลุ่มเป้าหมาย คือผู้ที่มีความชื่นชอบในการรับประทานเมล่อน เข้ามาท่องเที่ยวชมฟาร์มเมล่อน ทาง พ.ฟาร์ม มีการให้ความรู้กับผู้ที่มาท่องเที่ยว ได้ทราบถึงกระบวนการปลูกเมล่อน การทำให้ลูกค้ามั่นใจในรสชาติและการบริการนั้น ทาง พ.ฟาร์ม จะมีการให้ลูกค้าสามารถเข้ามาคัดเลือกเมล่อนได้เอง โดยที่มีการรันติถึงความอร่อยของเมล่อน ซึ่งการให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายนั้น เช่น หากเมล่อนไม่หวานสามารถเปลี่ยนได้ทันที ยังมีการทำเว็บไซต์เพื่อใช้ในการส่งจองเมล่อนล่วงหน้าสำหรับลูกค้าเดิม เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนดและไม่เป็นการเสียเวลา มีการใช้สื่อออนไลน์ในการทำโฆษณาถึงร้อยละ 80 เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ทางเว็บไซต์ เป็นต้น ทาง พ.ฟาร์ม มีการพัฒนาฟาร์มเมล่อนอย่างต่อเนื่องโดยผู้ประกอบการเริ่มต้นการทำการตลาดจากการนำเมล่อนเข้ามาแจกในงานมงคลของคนที่รู้จัก และใช้การโฆษณาแบบปากต่อปากถึงรสชาติและความอร่อย ทำให้มีผู้ที่สนใจเข้ามาสอบถามถึงผลิตภัณฑ์มากขึ้น มีการขยายเติบโตมา จากระยะเวลาเพียงแค่ 1 ปี พ.ฟาร์มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ การวางแผนที่มีการนำส่วนผสมทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับธุรกิจ เพื่อให้กิจการมีประสิทธิภาพต่อการสร้างฐานข้อมูลความต้องการของกลุ่มลูกค้าในการวางแผนการตลาดโดยสามารถให้กิจการเข้าถึงกับกลุ่มลูกค้าได้ง่าย และ มีการผลิต การจัดจำหน่าย อย่างเป็นระบบ โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ดูแล และ ควบคุมอยู่ใน พ.ฟาร์ม กลยุทธ์ที่ใช้ในการประกอบการสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (วิชิต อุอิน, 2557) ดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) – ทาง พ.ฟาร์ม จะทำการแปรรูปเมล่อนให้เป็นสินค้าที่ขายในคาเฟ่ เช่น ไอศกรีมรสเมล่อน บิงซูเมล่อน ซาลาเปาไส้เมล่อน พายเมล่อน สาकुเมล่อน เป็นต้น โดยผ่านกระบวนการของพนักงานฝ่ายแปรรูป และเมล่อนอีกส่วนหนึ่งจะผ่านการคัดสรรจากพนักงานฝ่ายผลิต ว่าเมล่อนมีคุณภาพและตรงตามลักษณะที่กำหนด จากนั้นถูกนำไปขายทั้งลูกโดยพนักงานฝ่ายขาย

2.ราคา (Price) – ผู้ประกอบการมีการตั้งราคาให้มีระดับต่ำกว่าตลาด เพื่อดึงดูดขายในตลาดระดับกลางราคาของผลิตภัณฑ์เมล่อนที่ถูกแปรรูปเป็นสินค้านำไปรับประทานในคาเฟ่ส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า ลูกค้าสามารถจับต้องได้ ราคาเริ่มต้นจะอยู่ที่ประมาณ 35-350 บาท และราคาของเมล่อนทั้งลูกจะอยู่ที่ประมาณ 100-2,200 บาท ขึ้นอยู่กับคุณภาพและสายพันธุ์ของเมล่อน

3.สถานที่ตั้งช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) - มีการทำเว็บไซต์เพื่อใช้ในการสั่งจองเมล่อนล่วงหน้าสำหรับลูกค้าเดิม เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนดและไม่เป็นการเสียเวลา มีการใช้สื่อออนไลน์ในการทำโฆษณาถึงร้อยละ 80 เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ทางเว็บไซต์ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการและพนักงานฝ่ายขายจะเป็นผู้ควบคุม และดูแลในส่วนนี้

4.การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) - พ. ฟาร์ม มีการส่งเสริมการตลาดถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการนำเสนอการขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน ระหว่างพนักงานกับลูกค้าโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า หรือ แนะนำเมนูอาหารหน้าเคาเตอร์ในส่วนของโซนคาเฟ่

4.2 การโฆษณา (Advertising) มีการนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ เช่น นิตยสาร สื่อให้สัมภาษณ์ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของ พ.ฟาร์ม สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ การบอกเล่าปากต่อปากของผู้ที่ได้ชิมรสชาติของเมล่อนที่ทางฟาร์มปลูกเอง โดยส่งเมล่อนเป็นของขวัญในงานมงคลของใคร่จัก

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การบริการหลังการขายสำหรับลูกค้า เพื่อที่จะให้กลับมาใช้บริการซ้ำ และให้สิทธิในการสั่งจองล่วงหน้า ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยหากเมล่อนรสชาติไม่หวานอร่อยสามารถเปลี่ยนได้

4.4 การเผยแพร่ และ ประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในโซนคาเฟ่ของ พ.ฟาร์ม จะมีฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือพิธีกรในการเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการคาเฟ่ มีการจัดตกแต่งให้เข้ากับธรรมชาติ เพื่อให้ได้บรรยากาศที่ผ่อนคลาย และมีมุมสำหรับถ่ายรูปของนักท่องเที่ยว

5.บุคลากร (People) - พ.ฟาร์ม มีการจัดการด้านบุคลากรที่ไม่ซับซ้อน เนื่องจากเป็นธุรกิจเปิดใหม่ ทีมงานทั้งหมด 4ทีม ที่จะทำงานควบคู่กันในกิจการ คือ

- ทีมผลิต มีจำนวน 5 คน เป็นผู้ดำเนินการในการปลูกและควบคุมการทำงานในโรงเรือนปลูกเมล่อน

- ทีมขาย มีจำนวนทั้งหมด 3คน มีหน้าที่ในการดูแลการสั่งจองผ่านอินเทอร์เน็ตกับการขายหน้าฟาร์มที่จะมีลูกค้าเข้ามาติดต่อ

- ทีมแปรรูป มีจำนวน 1 คน คือเจ้าของธุรกิจ ทำการแปรรูปเมล่อนให้เป็นสินค้าที่ขายในคาเฟ่

- พิธีกร สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้บรรยายและนำเสนอสิ่งต่างๆในฟาร์มให้นักท่องเที่ยวได้รับชม

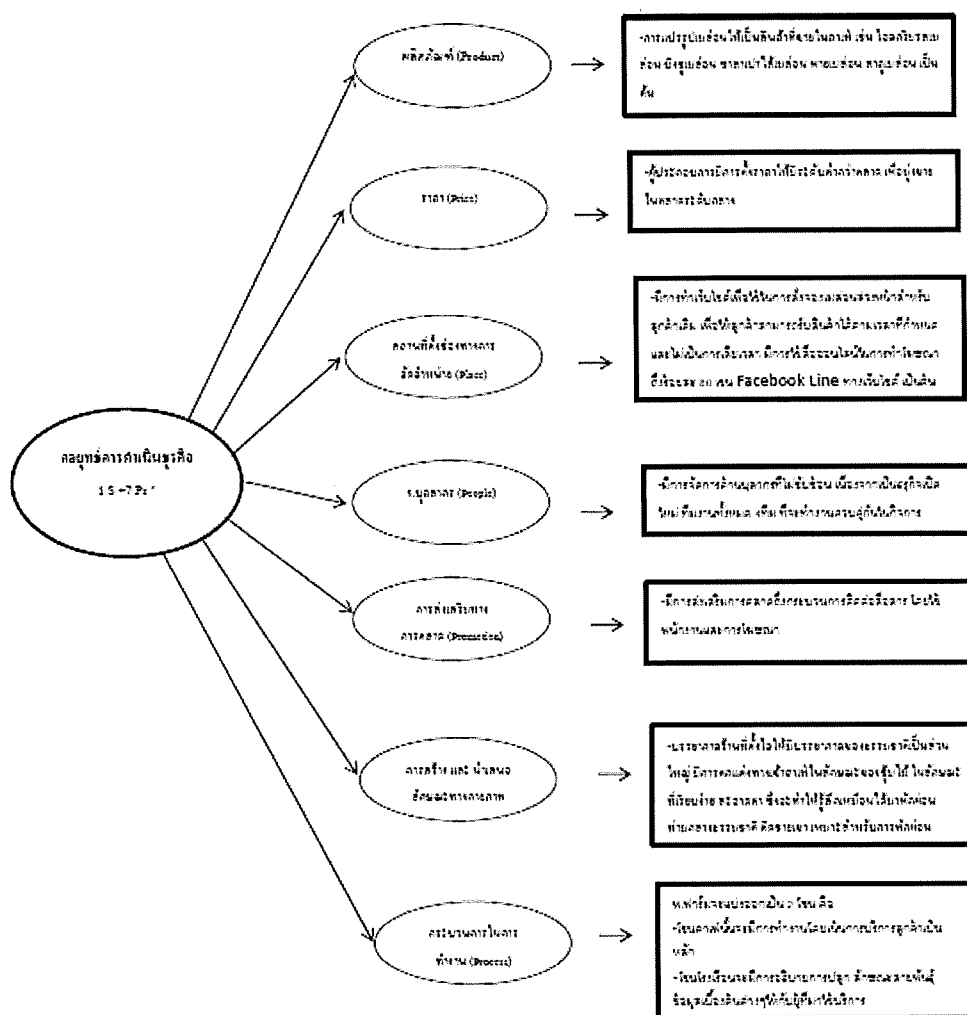
6.การสร้าง และ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) - บรรยากาศร้านที่ตั้งใจให้มีบรรยากาศของธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ มีการตกแต่งทางเข้าคาเฟ่ในลักษณะของซุ้มไม้ ในลักษณะที่เรียบง่าย สะอาดตา วางต้นไม้ต้นเล็กที่เพิ่มชีวิตชีวาให้กับร้านได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะทำให้รู้สึกเหมือนได้มาพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ ดิตชายเขา เหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจและมีลานจอดรถให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

7.กระบวนการในการทำงาน (Process) - พ.ฟาร์มจะแบ่งออกเป็น 2 โซน คือ โซนคาเฟ่ และ โซนโรงเรือน ในส่วนของโซนคาเฟ่นั้นจะมีการทำงานโดยเน้นการบริการลูกค้าเป็นหลัก เพื่อให้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของเมล็ดพันธุ์ทำให้ทราบว่า ควร มีการขยายตลาดออกจากตลาดเดิมที่อยู่เป็นการสร้างการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ และควรบอกทางรัฐให้เล็งเห็นถึงความสำคัญกับการณรงค์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์

การทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์ ยกตัวอย่างเช่น ในส่วนของเว็บไซต์ควรมีการทำการรูปแบบให้มีความน่าสนใจ มีการนำคลิปการแนะนำการปลูกเมล่อนซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางธุรกิจจัดให้กับลูกค้ามาลงในเว็บไซต์ ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ เนื่องจากมีลูกค้าต่างประเทศที่ให้



ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์เว็บไซต์ควรมีการทำให้เป็นสองภาษาคือภาษาไทยเป็นหลักแต่มีการเลือกเปลี่ยนภาษาอังกฤษได้

การเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงฟาร์ม เนื่องจากตัวฟาร์มอยู่ไกลจากถนนสายหลักและมีการเข้าถึงได้ยากจึงควรแสดงแผนที่การเดินทางและช่องทางการติดต่อที่สะดวกและรวดเร็วลงในการโฆษณา

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการเก็บข้อมูล และทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีตัวแปรอื่นๆที่อาจทำให้ผลการวิจัยที่ได้มาเปลี่ยนแปลงไป เช่น เทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น ความต้องการของผู้บริโภคมีมากขึ้น เป็นต้น ต้องมีการเก็บข้อมูลลงพื้นที่เพื่อสอบถามผู้ที่มีความชำนาญ นอกจากนั้นควรมีศึกษาวิจัยในส่วนอื่นนอกเหนือจากการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เมล็ดพันธุ์ ศึกษาจากธุรกิจเมล็ดพันธุ์ในพื้นที่อื่นๆควรศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อคำนวณค่าใช้จ่าย และเพื่อเป็นตัวช่วยในการลดต้นทุนของการขนส่งสินค้า หรือจัดจำหน่ายสินค้าให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ควรมีการศึกษาตลาดเพื่อทราบความต้องการในรูปแบบของเมล็ดพันธุ์แล้วสามารถนำข้อมูลที่ได้ให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้

อ้างอิง

ภาษาไทย

กรมพัฒนาที่ดินจังหวัดนครนายก. สภาพดินจังหวัดนครนายก. [ออนไลน์] ได้จาก :

<http://r01.ddd.go.th/> เข้าถึงวันที่ 6 ตุลาคม 2559

คู่มือการปลูกเมล็ดพันธุ์ เว็บไซต์ Fsseeds (2559) [ออนไลน์] ได้จาก : <http://www.fsseeds.net/> เข้าถึงวันที่ 10 ตุลาคม 2559

ฉัฐยา ดวงสุวรรณ แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมข้าวไทย

[ออนไลน์] ได้จาก : <http://digi.library.tu.ac.th/> เข้าถึงวันที่ 13 ตุลาคม 2559

ดร.นันทวัฒน์ เกิดขึ้น (2559) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการวิจัยและพัฒนา [ออนไลน์] ได้จาก :

<https://www.gotoknow.org/posts/396187/> เข้าถึงวันที่ 1 ธันวาคม 2559

ดร.พงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ. (2556). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ. [ออนไลน์] ได้จาก :

<https://phongzahrun.wordpress.com/> เข้าถึงวันที่ 1 ธันวาคม 2559

ไทยรัฐ.(2559). ประเทศไทย 4.0 [ออนไลน์] ได้จาก :

<http://www.admissionpremium.com/news/1377> เข้าถึงวันที่ 13 ตุลาคม 2559

นิพนธ์ ไชยมงคล (2550) “แต่งหอม” [ออนไลน์] ได้จาก : <http://puechkaset.com/> เข้าถึงวันที่ 6 ตุลาคม 2559