

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5<sup>th</sup> National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดิ เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

## ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงษ์ กิรติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุน)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มະโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์ชนู เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาต สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.คงกลับดินทร์ แสงอาษาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

## บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสถิตย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญาพัสวี

กล่อมลงเริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บริเดา

ศรีนฤวรรณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เทชเกกิ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์

อวีโรหานานท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ตันจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ตุลาสมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวารณ์

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กุลนุน

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ่นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

## เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

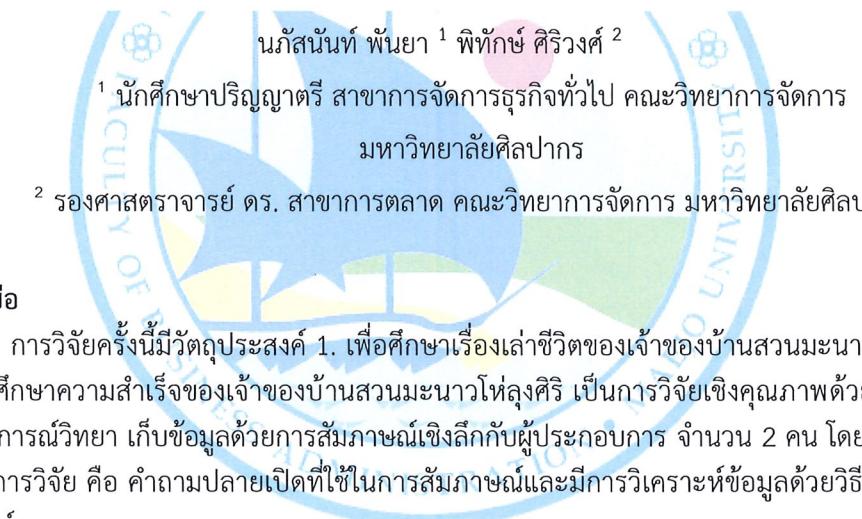
โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

[www.ba.mju.ac.th](http://www.ba.mju.ac.th)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน  
รองศาสตราจารย์ ดร.จกกลบดินทร์  
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนียา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาญุส  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ  
อาจารย์ ดร.กัญญาพสี  
อาจารย์ ดร.ปิยวารรณ  
อาจารย์ ดร.อรุณี  
อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์  
อาจารย์ ดร.พนมพร  
อาจารย์ ดร.ศรรษา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.กุลชณา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อนุชา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสวาวิริยะ  
บุญมาก  
สมฤทธิ์สกุล  
คลประเสริฐสุข  
ศิริโกคาภิจ  
บังเมฆ  
มนีพันธ์  
สงเคราะห์  
หยุ่ยเย็น  
ชุลิกาวิทย์  
วรรณสกิต  
ศรีนฤรรณ  
เทชเดกิ  
อวีโรจนานนท์  
ตันจันทร์พงศ์  
ตุลาสมบัติ  
ฟองเพชร  
กล่อมลงเจริญ  
สิริประเสริฐศิลป์  
ยศบุตร  
ใบไม้  
เฉลิมวรรณ  
วรุณกุล  
แวนแก้ว  
กันทรดุษฎี  
มารังค์

เรื่องเล่าจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวนมะนาวโพลุ่งศิริ  
ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม  
The life history of a farmer who becoming an entrepreneur of  
Baansuanmanao holungsiri Bang Nok Kweak, Amphoe Bang Khonthi,  
Changwat SamutSongkhram



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาเรื่องเล่าชีวิตของเจ้าของบ้านสวนมะนาวโพลุ่งศิริ 2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของเจ้าของบ้านสวนมะนาวโพลุ่งศิริ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิจัย ประภากลาง การวิจัย คือ คำถามปลายเปิดที่ใช้ในการสัมภาษณ์และมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีปรับนา วิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า 1) จากการทดลองใช้และเก็บผลจริง ทำให้มีการปลูกต้นมะ瑙งหวาน มะนาวโพลุ่งศิริเดิมปีก่อนไม่กี่ต้น จนกลายเป็นสวนและมีการแยกให้บ้านใกล้เคียง ส่งผลให้มะ瑙งหวาน มะนาวโพลุ่งศิริเป็นที่รู้จัก เพราะภาระกระจายแบบปากต่อปาก หลังจากนั้นจึงมีการแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์ เพราะผลมะ瑙งหวานน้ำโพลุ่งศิริมีจำนวนมากและเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วย

2) ความสำเร็จของธุรกิจบ้านสวนมะนาวโพลุ่งศิริ คือ

1. การคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เป็นเจ้าเดียว ยังไม่มีขายในท้องตลาด

2. การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางหน้าร้าน ออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์ ผ่านทางเว็บไซต์กรรมการต้องเที่ยว

3. สร้างประสบการณ์และองค์ความรู้ มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและมีบริการนั่งเรือ นำเที่ยว ไปที่ตลาดเก่าบางนกแขวง ในสวนการจัดสถานที่ให้มีมนุษยภาพ

4. มีการจัดกิจกรรมพิเศษ ให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการประกอบอาหาร โดยใช้ ผลมะ瑙งหวานน้ำโพลุ่งศิริเป็นวัตถุดิบ

คำสำคัญ: มะ瑙งหวานน้ำโพลุ่งศิริ, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจฟาร์ม

## Abstarct

This research has the objectives as following: 1. To study about the personal life story of Baansuanmanaoholungsiri's owner 2 . To study about the owner of Baansuanmanaoholungsiri's success. This is a qualitative research, applying a Phenomenology study method and interviewing two entrepreneurs. The tools for this research are the open-ended questions and the data analysis by a descriptive analysis method.

The result has found that: 1) From the test, the planting of Bengal Currants has been increasing from a few trees to the big garden and it also can distribute to the villagers. This makes Bengal Currants more well-known because of the Bengal Currants has spread widely. Thereafter, it was processed because there are a lot of Bengal Currants and especially it can add value to the product.

The success of Baansuanmanaoholungsiri's owner is

1. The creativity to make new products which meet customer demand and are unique. His product is the only unique one and no commercially available.
2. The distribution channel is the online storefront and publicity through the Department of Tourism website.
3. The creating of experience and knowledge such as natural attractions and boat tours to the Old Market Khwaek where there are some birds in the garden as the property at a photo corner.
4. There are special events for customers to participate in cooking, using Bengal Currants as raw material.

*Keywords:* Bengal Currants, entrepreneur, farm business

## บทนำ

ผู้การทำเกษตร 4.0 เป็นการพลิกแนวคิดของเกษตรที่จะต้องมีองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี การปรับปรุง และการทำการตลาดเองควบคู่กันไปด้วย (สุวิทย์ เมธินทรีย์, 2559) การผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการกินอยู่จะน้อยลง ควรปรับเปลี่ยนการผลิตพืชหลายตัวที่มีโอกาสดี (อารณ์ พัฒนาทัย, 2552) การพัฒนาการเกษตรที่ผ่านมา พบว่ารายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรโดยรวมดีขึ้น (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2557)

มะม่วงหารมานาโห่หรือมนนาโห่ มีชื่อเรียกตามแต่ละพื้นที่ จัดเป็นผลไม้สมุนไพรชนิดหนึ่ง ถักษณะของผลจะมีสีแดงเรียวเล็กคล้ายกับมะเขือเทศชนิด สำหรับชาติของผลสุกจะออกหวานนุ่ม ลิ้น แต่ถ้ายังไม่สุกจะมีรสเปรี้ยวจีดเข็ดฟัน มีรัตเทลีกและวิตามินซีสูง ผลไม้ชนิดนี้ถือว่ามีคุณประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะเป็นมีฤทธิ์เป็นยาสมุนไพรชั้นเยี่ยมที่หลากหลายในการช่วยช่อง เช่น แม่รักษาโรคได้แบบทุกชนิด สำหรับวิธีกินก็สามารถล้างให้สะอาดแล้วรับประทาน กันสด ๆ ได้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ, 2559)

ผลผลิตที่ได้จากการปลูกต้นมะม่วงหารมานาโห่สามารถนำไปปรับปรุงให้หลายอย่าง เช่น แยม คุกคัก น้ำผลไม้ เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการเพาะพันธุ์มะม่วงหารมานาโห่ขายอีกด้วยโดยราคา

อยู่ที่ 100 บาทต่อหนึ่งตัน (อาชาดะ ริวอจิ, 2557) สำหรับมะม่วงหวานมาให้ถือว่าเป็นทางเลือก ให้กับเกษตรกรได้เป็นอย่างดีเรื่องผลผลิตล้นตลาด เนื่องจากนำไปแปรรูปได้หลายอย่างทั้งอาหาร ยา รักษาโรค เครื่องสำอาง เป็นต้น ทำให้มีความต้องการอย่างต่อเนื่อง จึงหมวดปัญหาสินค้าเกษตรล้นตลาด และที่สำคัญไปกว่านั้นการลงทุนในการปลูกแต่ละครั้ง สามารถเก็บผลผลิตได้ยาว โดยหลังจาก ปลูกจะใช้เวลาประมาณ 5 เดือนในการเก็บผลผลิตและสามารถเก็บได้ทุกวันเป็นระยะเวลา 8 เดือนต่อ 1 ปี (ศิริ เจริญช่าง, 2557)

บ้านสวนมานาวให้ เป็นการขยายพันธุ์ต้นมานาวให้เอง และเก็บผลผลิตไปขาย การันตี คุณภาพจากผู้ผลิตโดยตรง ทำให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จากขายผลเพิ่มเป็นขายตัน ปลูกต้น จนปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกราว 40 ไร่ และเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ผู้ที่สนใจได้เที่ยวชม

เรื่องเล่า เป็นวิธีการใช้ดึงความรู้ที่อยู่ในคนอกมา เนื่องจากเป็นวิธีการสืบที่ผู้สอนทั้ง บริบท และเนื้อหา เรื่องเล่าจึงมีทั้งอารมณ์ ความรู้สึก ความเชื่อของผู้เล่าเป็นปัจจุบันไปด้วย การเล่าเรื่องมี สภาพที่แตกต่างออกไปตามบริบท (เอกอกนก พนาดารง, 2557) เรื่องเล่าชีวิตเป็นเรื่องเล่าทำหน้าที่ใน การโน้มน้าวใจ และจาระลงจิตใจ โดยเรื่องเล่าต่างๆ มักแหงคติสอนใจที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการ ดำเนินชีวิตได้ (วิจารณ์ พานิช, 2548)

การศึกษาเรื่องเล่าจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวนมานาวให้ลุงศิริ เป็นเรื่องที่น่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการทำธุรกิจที่มีการต่อยอดจากเป็นเกษตรกรมาเป็น เจ้าของธุรกิจ จากที่ปลูกขายผลผลิตธรรมดามาตามห้องตลาด เปลี่ยนเป็นนำมุโปรูปผลิตภัณฑ์ และ ยังนำไปพัฒนาเป็นธุรกิจท่องเที่ยวสวนเกษตรเป็นการใช้ทุกส่วนของธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็น ธุรกิจที่ควรศึกษาและนำมาเป็นตัวอย่างให้กับผู้ที่สนใจการทำการเกษตรเป็นอย่างยิ่ง

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงเรื่องเล่าชีวิตของเจ้าของบ้านสวนมานาวให้ลุงศิริ
2. เพื่อศึกษาถึงความสำเร็จของเจ้าของบ้านสวนมานาวให้ลุงศิริ

### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเรื่องเล่าจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ บ้านสวนมานาวให้ลุงศิริ ผ่านการทำทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ แนวคิด เกี่ยวกับธุรกิจการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของส่วนผสมทาง การตลาด (4P's) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านประชากร ผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวนมานาวให้ลุงศิริ คือ นางสมปอง เจริญช่างและนายทศม์ เจริญช่าง

ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยพื้นที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ บ้านสวนมานาวให้ลุงศิริ ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2559 ถึงเดือนพฤษภาคม 2559

### ประโยชน์ที่ได้รับ

เพื่อทราบถึงเรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจสวนมานาวให้ลุงศิริในการดำเนินชีวิต วิธีคิด

มุ่งมองต่อการทำธุรกิจ หวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อไปสำหรับผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจส่วนบุคคลและใช้เป็นแนวทางนำไปประยุกต์ใช้ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีในอนาคต

### บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องมาจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวนมานาวให้ลุงสิริ ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้จัดสามารถนำรวมและสรุปเป็นสาระสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
3. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

Lumpkin & Dees, (1996) การ เป็น ผู้ ป ร ะ ก อ บ ก า ร (Entrepreneurship or Entrepreneurial Orientation) เกิดจากแนวคิดทางด้านการวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์

Miller (1983) ได้ให้คำนิยามของการเป็นผู้ประกอบการในเชิงกลยุทธ์ไว้ว่า การเป็นผู้ประกอบการเป็นการดำเนินงานเพื่อพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือวัตถุรวมและมองหาช่องทางใหม่ๆสู่ตลาด เพื่อเอาชนะคู่แข่งให้ได้ในทุกสถานการณ์

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2012) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ให้ความหมายไว้ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่องค์กรทุกองค์กรจำเป็นต้องมี เพื่อเป็นแนวทางหรือหลักการที่จะนำไปสู่การบรรลุตามวิสัยทัศน์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการเป็นดังหลักที่เป็นรูปธรรม ที่จะทำให้ทุกฝ่ายในองค์กรทำงานที่ต่างๆเข้มข้น สามารถมุ่งไปในทิศทางเดียวกันเพื่อมุ่งบรรลุวิสัยทัศน์ได้ สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้นมีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่ 1) ความมุ่งมั่น 2) ภูมิปัญญา 3) การเรียนรู้ตลอดชีวิต 4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 5) มุ่งมั่น 6) มนุษย์สัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร 6) ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ 7) การบริหารเวลา

### แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

J. Davis and Ray A. Goldberg (2000) ได้ให้คำนิยามธุรกิจการเกษตร (Agribusiness) คือการดำเนินงานทั้งหลายในด้านที่เกี่ยวกับการผลิต และการจำหน่าย ปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตร กิจกรรมการผลิตในฟาร์ม การเก็บรักษา การแปรรูป และการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตผลพลอยได้จากสินค้าเกษตรและผลิตผลพลอยได้จากสินค้าเกษตร

Katherine L. Adam (2004), Pandurang Taware (2000) ได้ให้คำนิยามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบ่งหลักพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็น 3 ประการ ดังนี้

1. มีบางสิ่งให้นักท่องเที่ยวชม เช่น สัตว์เลี้ยง นก แมลงเพาะปลูกพืชผักสวนครัว อุปกรณ์การเกษตรสมัยก่อน โรงงาน แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งเป็นสิ่งเล็กน้อยที่นำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้มีวัฒนธรรมประเพณี การแต่งกาย การละเล่นพื้นเมืองซึ่งสามารถนำมาแสดงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสนใจแก่นักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชมได้

2. มีบางอย่างให้นักท่องเที่ยวทำ ในกรณีมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเก็บผลไม้ตามฤดูกาล การตอนกิ่งพันธุ์ไม้ การประกอบอาหาร และการเล่นเกม และกิจกรรมพิเศษต่างๆ เพื่อเพิ่มความสนุกสนานของนักท่องเที่ยว

3. มีบางสิ่งให้นักท่องเที่ยวซื้อ สินค้าที่นำมาจำหน่ายนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำผลผลิตทางการเกษตรมาปรับเปลี่ยนมาเป็นอาหารและขนม เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำ ประสบการณ์การท่องเที่ยวครั้งนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's)

อดุลย์ ชาตรุคงกุล (2543: 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งร้ายทางการตลาดที่ระบบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

2. ราคา (Price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาด้วย ลดต้นทุนการซื้อหรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่นๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Placement-Channel of Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แนะนำว่าสินค้าที่มีจำหน่ายพร้อมขายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอ ก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion-Marketing Communication) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหาได้ และสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้าของคู่แข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลักการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552: 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาดหมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (2) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขาย

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่องค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ ให้เกิดกับกลุ่มได้กลุ่มนั่น

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง และการตลาดเชื่อมตรง

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถานบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคล หรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค

4.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัสดุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร 4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรันธ์ ชินໂฉติ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง เส้นทางสู่ความสำเร็จ พาร์มแแกะในดำเนิน Scenery Vintage Farm มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเรื่องเล่าประสบการณ์ชีวิตของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ 2) ศึกษารูปแบบกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ประภากรณ์ พวงเนียม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง เรื่องเล่าเล้าแก๊เร่อ้อย อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงวิถีชีวิตเล้าแก๊เร่อ้อย ความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวน manganese ให้ลุงศิริ ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการภาคภูมิศาสตร์ ในการศึกษาที่มีพื้นฐานมาจากสาขาวิชาปรัชญา โดยมุ่งทำความเข้าใจ ความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบหลัก (ขาย โพธิสิตา, 2550) และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิง คุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคสนามเป็นหลักและรวบรวมข้อมูลเอกสารเป็นส่วนประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ผู้วิจัยจะเจาะจงเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามวิธีการที่ เรียกว่า การเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักนั้นจะถูกเลือกจาก ผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ดีที่สุดและลึกที่สุด เพื่อสามารถให้ข้อมูลได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้น ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวน manganese ให้ลุงศิริ คือ นางสมปอง เจริญช่างและนายทศม์ เจริญช่าง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ เอกสาร และ บทความวิชาการและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในภาคสนาม

3. วิธีการศึกษาวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบประภูมิการณ์วิทยาโดยใช้เทคนิคการเก็บ ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In- Depth Interview) โดยสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยสัมภาษณ์จาก ผู้ประกอบการบ้านสวน manganese ให้ลุงศิริ ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

4. เครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้ เครื่องมือต่างๆ ที่สำคัญเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.1 สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม (Field Notebook) ใช้บันทึกสิ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็น นอกเหนือนี้สมุดบันทึกภาคสนามยังช่วยบันทึกรายละเอียดของการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

4.2 เครื่องบันทึกเสียง (Audio Recorder) ใช้บันทึกข้อมูลเสียงผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถ บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักครบถ้วน

4.3 กล้องถ่ายรูป (Camera) ใช้บันทึกภาพในขณะที่สัมภาษณ์และบันทึกภาพต่างๆ สามารถ นำมาประกอบการสรุปผลวิจัย

4.4 แนวคำามสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้แนวคำามสัมภาษณ์ในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยแนว คำามเป็นแบบกึ่งโครงสร้างปลายเปิด โดยผู้วิจัยมีกระบวนการสร้างแนวคำาม ดังนี้

1. สร้างแนวคำามด้วยการบททวนแนวคิดทฤษฎี

2. นำแนวคำามเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม

3. พัฒนาปรับปรุงแนวคำามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. นำแนวคิดมาที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา

5. นำแนวคิดมาที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้เลือกไว้

4.5 ผู้วิจัย ถือเป็นครื่องมือที่สำคัญในการเก็บข้อมูล เป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ ตัวผู้วิจัยต้องมีความรู้และความสามารถในการถามคำถาม

### 5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) (Denzin , 1970) ดังนี้

5.1 การตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่างๆ นั้น มีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าหากแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

5.2 การตรวจสอบด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะที่ลงมือตีความสร้างข้อสรุป เหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ ปกตินักวิจัยจะตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎีได้ยากกว่าตรวจสอบด้านอื่น

5.3 การตรวจสอบด้านวิธีรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารหรือการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรือการซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความจริงหรือไม่

### 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เป็นหลัก จากข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

6.1 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปประเด็นสำคัญด้วยการถอดเทปการสนทนารูปแบบคำต่อคำ (Verbatim) และอ่านบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลอย่างละเอียด

6.2 แยกข้อมูลไว้ตามลักษณะของข้อมูลและประเด็นในการศึกษา

6.3 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ตีความหมายอธิบายปรากฏการณ์

6.4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเรียบเรียง สรุปทั้งที่เป็นส่วนรวม และข้อแตกต่างโดยการบรรยายเชิงพรรณนาวิเคราะห์

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวน manganese ให้ลุงศิริ ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงลึกโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการบ้านสวน manganese ให้ลุงศิริ คือ สมปอง เจริญช่าง และทศม์ เจริญช่าง โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตาม

## วัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

### 1. เรื่องเล่าชีวิตของเจ้าของบ้านสวนมะนาวที่

#### 1.1 ผู้ประกอบการคนที่ 1 คือ สมปอง เจริญช่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล ภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิต

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิตพบว่า สมปอง เจริญช่าง ผู้ประกอบการบ้านสวนมะนาวที่ ปัจจุบันอายุ 70 มีพื้นท้องร่วมบิดามารดาทั้งหมด 11 คน โดยสมปอง เจริญช่าง เป็นบุตรคนที่ 4 ปัจจุบันอาศัยอยู่บ้านเลขที่ 29/8 ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการศึกษาจบระดับชั้นม.ศ.3 จากโรงเรียนในจังหวัด สมุทรสงคราม ปัจจุบันได้สมรสกับ ศิริ เจริญช่าง และร่วมดูแลธุรกิจบ้านสวนมะนาวที่ลุงศิริ

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า ตั้งแต่วัยเด็กไม่ชอบอยู่นิ่ง ชอบคิดและลงมือปฏิบัติ ตัวยัตนเอง และความมุ่งมั่นในการแก้ปัญหาอย่างไม่ย่อท้อ ตั้งแต่เรียนประถม มีความชอบงาน หัดกรรม ชอบปลูกต้นไม้ ชอบทำสวนครัวและชอบเข้าครัวทำอาหาร

ผู้ประกอบการเล่าว่าเมื่อประมาณ 10 กว่าปี ศิริ เจริญช่าง (สามี) ป่วยเป็นโรคถุงลมโป่งพอง เพาะสรบน้ำ 40 กว่าปี ในตอนนั้นได้เดินทางไปเที่ยวในจังหวัดอุทัยธานี เจอผลมะม่วงหวาน มะนาวให้สีสวย จึงเกิดความสนใจและนำไปถามพระที่วัดว่าคือผลอะไร จึงได้รู้ว่าเป็นผลมะม่วงหวาน ให้ใช้กินแก่ง่วง ผู้ประกอบการเล่าว่าเคยได้ยินในนิยายนางสิบสองว่าเป็นยาเวช ใครกินก็หาย จึงเก็บผลกลับบ้านมาลองรับประทาน และนำตามหอมอบสมุนไพร ได้ผลว่าผลมะม่วงหวาน มะนาวให้สามารถรักษาได้ทุกโรค สามีจึงรับประทานทุกวัน วันละ 4-5 ลูก อาการดีขึ้นตามลำดับ หลังจากนั้นจึงหาต้นมะม่วงหวานมาปลูกไว้ที่บ้าน เพื่อที่จะได้รับประทานรักษาโรค และ ผู้ประกอบการได้เริ่มแบ่งให้ชาวบ้านนำไปปลูกคนละต้น และนำผลไปให้ผู้ที่ป่วยเป็นโรคมะเร็งตับ โรคมะเร็งลำไส้ โรคมะเร็งปอดและโรคเบาหวานทุกอย่าง ผลปรากฏว่าหายจากโรคทุกคน ระยะเวลาในการรับประทานไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับโรคที่รักษา หลังจากนั้นจึงได้ปลูกต้นมะม่วงหวาน มะนาวให้เพิ่ม จากเดิมปลูกเพียง 10 ต้น เพิ่มขึ้นเป็นไร่ สวนมะนาวให้เริ่มเป็นที่รู้จักจากการแบ่งให้ชาวบ้านทำให้มีคนรู้จักขยายกว้างขึ้น ผู้ประกอบการเล่าว่าในตอนนั้นเริ่มมีการจำหน่ายต้น และผลมะม่วงหวานมะนาวให้ แต่ผลมะม่วงหวานมะนาวที่ออกผลไม่สามารถจำหน่ายได้ทัน ผู้ประกอบการจึงเริ่มคิดวิธีที่จะนำผลมาแปรรูป โดยการแปรรูปอย่างแรก คือ น้ำมะม่วงหวาน มะนาวให้ และปัจจุบันได้ให้ลูกคนที่เจ็ด (ทศม์ เจริญช่าง) เข้ามาดูแลกิจการ

#### 1.2. ผู้ประกอบการคนที่ 2 คือ ทศม์ เจริญช่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล ภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิต

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิตพบว่า ทศม์ เจริญช่าง เป็นบุตรของ ศิริ เจริญช่างและสมปอง เจริญช่าง มีพื้นท้องทั้งหมด 7 คน เป็นบุตรคนที่ 7 ปัจจุบันอาศัยอยู่บ้านเลขที่ 29/8 ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการศึกษา ทศม์ เจริญช่าง ได้เข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรีที่

มหาวิทยาลัยบูรพา คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษ และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่าตนเติบโตมา กับการปลูกต้นไม้ ทำสวน เพราะที่บ้านทำธุรกิจ การเกษตร (ธุรกิจนำ้มันดินมะพร้าว) ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความคุ้นชิน เพราะได้เห็นการทำางของครอบครัวและได้ไปร่วมการทำงานนอกสถานที่ ด้านการตลาดเป็นการปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็ก และจากความชอบทำให้การต่อยอด และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทำด้วยความสุข

ผู้ประกอบการเล่าว่าขณะศึกษาปริญญาโทได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในตอนนั้นคุณฟอคุณแม่เริ่มปลูกต้นมะม่วงหวานนาโน่แล้ว จึงตัดสินใจนำสิ่งที่มีมาพัฒนาการท่องเที่ยวและพยาบาลปรับสิ่งที่มี โดยเริ่มจากทำสวนให้น่าชม รวมถึงพัฒนาห้องน้ำพื้นที่สำหรับบริการและให้ความรู้ที่สำคัญที่สุด ให้กับนักท่องเที่ยวและจัดให้มีมุมถ่ายภาพ ผู้ประกอบการเล่าว่าตั้งใจทำวิจัยเพื่อให้เด็กคนนี้ได้เรียนรู้ แต่มีนักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาเพิ่มขึ้นจากเดิม และสืบเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เป็นที่รู้จัก เมื่อศึกษาจบปริญญาโทจึงตัดสินใจมาอยู่กับบิดามารดา และประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการเต็มตัว โดยเข้ามาจัดการการแปรรูปและเปิดโรงงานแปรรูปขึ้นมา

ผู้ประกอบการเล่าว่าหลังจากที่มารดาเริ่มแปรรูปจากการทำน้ำมะม่วงหวานนาโน่และน้ำพริกมะม่วงหวานนาโน่ ผู้ประกอบการจึงเริ่มคิดผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้นมาใหม่ และหากจะขยายตลาด ผู้ประกอบการต้องมีสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ตรวจสอบและมีตราสินค้า การศึกษาข้อมูลการทำธุรกิจมะม่วงหวานนาโน่ยังไม่เคยมีคนประกอบธุรกิจ ทำให้ต้องทำงานวิจัยด้านวิชาการการแปรรูปทั้งของไทยและต่างประเทศมาศึกษาเป็นจำนวนมาก และได้ออกแบบผลิตภัณฑ์และตัวตัวอย่าง

การทำงานเห็นได้ว่าผู้ประกอบการต้องแบ่งเวลาในการดูแลสวน ดูแลต้นมะม่วงหวานนาโน่และต้องจัดการงานเอกสารด้วยตนเองทั้งหมด ผู้ประกอบการเล่าว่าต้นมะม่วงนาโน่เก็บเมล็ดเป็นฤดู อุกดูกอตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ออกผลผลิตตั้งแต่ช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน ช่วงสุดเดือนมิถุนายน ออกรุ่น 2 รุ่น 3 จนถึงเดือนพฤษภาคม แล้ววันละ 3-4 เดือน ออกผลใหม่ ถ้าช่วงไม่ออกผล มีการแขะแข้งไว้ล่วงหน้า ลูกค้ามีเข้ามาเรื่อยๆ โดยส่วนใหญ่ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และสวนมะม่วงนาโน่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยว ทำให้มีลูกค้าตลอดและได้มีการติดต่อกรมการท่องเที่ยว ให้ประชาสัมพันธ์และตามรีสอร์ทในละแวกนั้นและจากที่ผู้ประกอบการได้ศึกษาจบเอกภาษาอังกฤษ ทำให้การบริหารงานตรงนี้ได้นำมาใช้ เพราะที่สวนมีต่างชาติเข้ามาหรือบางที่มีแค้มป์ต่างชาติเข้ามาขอติดต่อพำนักกิจกรรม ทำให้ต้องดูแลลูกค้าเองเป็นส่วนใหญ่

## 2. ความสำเร็จของเจ้าของบ้านสวนมะม่วงนาโน่

### 2.1 ผู้ประกอบการคนที่ 1 คือ สมปอง เจริญช้าง

ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

การปรับตัว ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่าจากการเป็นเกษตรกรเปลี่ยนเป็นธุรกิจสวนมะนาว ให้เปลี่ยนไปจากเดิมค่อนข้างมาก การเป็นธุรกิจทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก จึงต้องมี การเปลี่ยนแปลง โดยปรับเปลี่ยนทั่วถึงลักษณะ เช่น เปลี่ยนจากสถานที่เล็กๆ ขยายให้ใหญ่ขึ้น มีการเติบโตรวดเร็ว

การเรียนรู้ตลอดเวลา ผู้ประกอบการเล่า ในการทำงานต้องการให้คนได้รับประทานเพื่อรักษาสุขภาพ จาก 20 ปีที่ทำธุรกิจน้ำมันดินมะพร้าว เปลี่ยนมาเป็นสวนมะนาวให้ต้องเรียนรู้ใหม่หมดด้วยตนเอง ใช้ความคิดไม่สิ้นสุด

การใส่ใจ ผู้ประกอบการเล่าว่าการทำงานที่ดีต้องใส่ใจเป็นพิเศษทั้งผลิตภัณฑ์และลูกค้า ความมุ่งมั่น ต้องตั้งใจ ที่จะทำให้ออกมาที่ที่สุด จึงประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้ การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ หลังจากประกอบธุรกิจได้ 5 ปี มีรายการเริ่มเข้ามาขอถ่ายทำ เช่น รายการภัตตาคารบ้านทุ่ง ทำให้เป็นที่รู้จักและสร้างชื่อเสียงเป็นอย่างมาก รายการภัตตาคารบ้านทุ่งได้เข้าถ่ายรายละเอียดทุกขั้นตอน หลังจากนั้นได้มีสื่อติดต่อเข้ามาถ่ายทำประมาณ 10 รายการ แต่รายการที่ทำให้สวนมะนาวโดดเด่นที่สุดในตอนนั้น คือ รายการทุ่งแสงตะวัน

## 2.1 ผู้ประกอบการคนที่ 2 พศ์เมธ เจริญช่าง

ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ ผู้ประกอบการเล่าว่าการเริ่มต้นทำธุรกิจมีความเสี่ยง ความกลัว เพราะผลผลิตออกมากจำนวนมาก ขายได้น้อยกว่าจำนวนผลที่ออก ทำให้ต้องคิดวิธีแก้ปัญหาที่ทำให้ผลไม่เสียเปล่า ด้วยการตัดสินใจแปรรูปผลิตภัณฑ์

การใส่ใจ ผู้ประกอบการเล่าว่า มีการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยเกี่ยวกับการทำที่ดิน ซึ่งเกษตรกรอย่างละเอียด จึงได้นำมาใช้ภายในสวน และให้ความใส่ใจกับลูกค้า โดยการให้บริการอย่างใกล้ชิดและมีแฟ้มพับให้กับลูกค้า

ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยและจัดสถานที่ให้มีมุมถ่ายภาพได้หลายมุม

แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ผู้ประกอบการเล่าว่า เป็นสวนที่เปิดให้เข้าชมต้นมะม่วงหัว มาแนะนำให้ จุดแข็งของที่นี่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่ติดแม่น้ำ มีบริการนั่งเรือน้ำเที่ยว มีกิจกรรมริมน้ำให้อาหารปลาทุกวันอาทิตย์ จากสวนไปที่ตลาดเก่าบางนกแขวง

การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมประกอบอาหารที่นำผลมะม่วงหัวมานำเสนอ ให้มะม่วงเป็นส่วนประกอบ โดยให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมกับผู้ประกอบการ

การจำหน่ายสินค้า โดยการนำผลมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าได้ซื้อกลับบ้าน และเป็นของฝาก ซึ่งทำให้เป็นการขยายการตลาดให้เป็นที่รู้จักเพิ่มยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการเล่าว่า มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างเช่น ฯลฯ ของการเพิ่มทางเลือกในชื่อผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า

ราคาก็ประกอบการเล่าไว้ ราคากองผลิตภัณฑ์อยู่ในราคาย่อมเยา สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม

การจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการเล่าไว้ว่า มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางหน้าร้าน ออกขายตามงานต่างๆ และบริการขายผ่านออนไลน์ โดยการขายทาง Facebook Line และผ่านหน้าเว็บไซต์ของทางร้าน

การส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์องค์กร การท่องเที่ยวและมีลูกค้าจากทางรีสอร์ฟที่แนะนำให้มาชุมสวน แลกเปลี่ยนกันกับที่ทางสวนนำแผ่นพับของรีสอร์ฟมาฝากและกรณีลูกค้าต้องการหารีสอร์ฟทางสวนจะแนะนำให้ไปรีสอร์ฟนั้น

ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่จะต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายเพื่อรับกลุ่มลูกค้าได้หลายกลุ่ม และในอนาคตต้องส่งออกต่างประเทศให้ได้

### สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาในหัวข้อ เรื่องเล่าจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวน มนต์นาวให้ลุงศิริ ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม พ布ว่าผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยศึกษานั้นมีเรื่องเล่าซึ่วตั้งนี้ จากการเดินทางไปจังหวัดอุทัยธานี พบร้านมะม่วงหวานนาวให้จากที่ป่วยเป็นโรคถุงลมโป่งพอง ได้ลองรับประทานแล้วหายป่วย จึงปลูกเพิ่มเรื่อยๆ กลายเป็นสวน และผู้ประกอบการมีแนวทางที่นับเป็นสู่ความสำเร็จดังนี้ 1) การใส่ใจ 2) การเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา 3) การคิดสร้างสรรค์ 4) มีการนำส่วนประสบการณ์มาใช้ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

### การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าจากเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบ้านสวนมนต์นาว ให้ลุงศิริ ตำบลบางนกแขวง อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย เพื่อศึกษาถึงเรื่องเล่าซึ่วตั้งของเจ้าของบ้านสวนมนต์นาวให้และเพื่อศึกษาถึงความสำเร็จของเจ้าของบ้านสวนมนต์นาวให้ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการบ้านสวนมนต์นาว ให้ลุงศิริ คือ สมปอง เจริญช่าง และทศม์ เจริญช่าง

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยว่า การจำหน่ายต้นและผลมะม่วงหวานนาวให้ แต่ผลมะม่วงหวานนาวที่ออกผลไม่สามารถจำหน่ายได้ทัน ผู้ประกอบการจึงเริ่มคิดวิธีที่จะนำผลมาแปรรูป ของผู้ประกอบการ สมปอง เจริญช่าง สอดคล้องกับแนวคิดของ (Miller, 1983) ได้ให้คำนิยามของการเป็นผู้ประกอบการในเชิงกลยุทธ์ไว้ว่า การเป็นผู้ประกอบการเป็นการดำเนินงานเพื่อพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือในวัตถุกรรมและมองหาช่องทางใหม่ๆ ที่สูตรตลาด เพื่อเอาชนะคู่แข่งให้ได้ในทุกสถานการณ์

จากผู้ประกอบการ ทศม์ เจริญช่าง ได้ให้ข้อมูลว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ทักษะการ

แก้ปัญหาและตัดสินใจ สรุกิจมีความเสี่ยง ความกลัว เพราะผลผลิตออกมากจำนวนมาก ขายได้น้อย กว่าจำนวนผลที่ออก ทำให้ต้องคิดวิธีแก้ปัญหาที่ทำให้ผลไม่เสียเปล่า ด้วยการตัดสินใจประยุบผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2012) ปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้น มีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่ 1) ความมุ่งมั่น 2) ภูมิปัญญา 3) การเรียนรู้ตลอดชีวิต 4) ความคิด 5) ริเริ่มสร้างสรรค์ 6) มุขย์สัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร 7) ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ 7) การบริหารเวลา

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการบ้านสวนมานาโหมีช่องทางการจัดจำหน่ายเฉพาะทาง หน้าร้านและขายออนไลน์ ซึ่งมีช่องทางการจัดการจำหน่ายที่น้อยเกินไป ดังนั้น ผู้ประกอบควรมี การกระจายสินค้าให้มากยิ่งขึ้น โดยมีตัวแทนในการจำหน่ายหรือนำไปฝากขายตามร้านค้าหรือร้านของฝ่ายต่างๆ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยที่ได้รับครั้งนี้ผู้วิจัยเห็นควรว่าการดำเนินงานวิจัยครั้งต่อไปสามารถศึกษาได้หลายด้าน ได้แก่

1. ศึกษาแนวคิดด้านการทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบใหม่ของผู้ประกอบการ
2. ควรจะมีการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการสู่การเป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์

### อ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2557). หนุนเกษตรกรใช้สารอินทรีย์ ศก. ชุดต้นทุน  
เพิ่มรายได้ ประโยชน์ยั่งยืน. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2559,  
จาก [http://www.oae.go.th/ewt\\_news.php?nid=17980&filename=index](http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=17980&filename=index).
- ชาย โพธิสิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ.(พิมพ์ครั้งที่ 1).กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐธพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2557). รูปแบบและกระบวนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.  
วารสารวิชาการ Viridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน – ธันวาคม 2557.
- ประภากรณ์ พวงเนียม. (2554). เรื่องเล่าถ้วยแก้วอ้อย อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี.
- วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปรันธ์ ชินโขติ. (2559). เส้นทางสู่ความสำเร็จ ฟาร์มแท้ในตำนาน Scenery Vintage Farm.  
ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1  
เดือนมกราคม – เมษายน 2559: หน้า 981-983
- วิจารณ์ พานิช. (2548). การจัดการความรู้ SECI ฉบับพิสดาร. สืบค้นวันที่ 11 ตุลาคม 2559,  
จาก [http://www.kmi.trf.or.th/Excument/Experence/SECI\\_Model\\_Vichan.pdf](http://www.kmi.trf.or.th/Excument/Experence/SECI_Model_Vichan.pdf).

- ศิริ เจริญช่าง. (2557). ประโยชน์ของมะม่วงหวานน้ำให้. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2559,  
จาก <http://www.xn--72c9aa5amkkdlmq1d1a7ab3d6j8d.com/>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552: 80-81). ส่วนประสมทางการตลาด. สืบค้นวันที่  
18 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://spssthesis.blogspot.com>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ. (2559). มะม่วงไม่รู้หวานน้ำไม่รู้ให้ คอลัมน์ รู้  
ไปเมื่อ. สืบค้นวันที่ 9 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?>.
- สุวิทย์ เมฆินทร์ย. (2559). เกษตร 4.0 ยุคที่เกษตรกรไทยต้องรู้!. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2559,  
จาก <http://www.organicfarmthailand.com/?p=2270>.
- อดุลย์ ชาตรุรงค์กุล. (2543: 26). องค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's). สืบค้นวันที่  
18 กุมภาพันธ์ 2560, จาก [http://spssthesis.blogspot.com/](http://spssthesis.blogspot.com).
- อาชาดะ ริวอจิ. (2557). บ้านสวนมะน้ำให้ ธุรกิจวรรณคดี ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร. สืบค้น  
วันที่ 9 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.ทำเลขายของ.com.archives/9659>.
- อารันต์ พัฒโนทย. (2552). เกษตรกรช่วยชาตินำนักวิจัยเข้าแท่น “นักวิทยาศาสตร์เด่น”. สืบค้น  
วันที่ 9 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.manager.co.th/Science/ViewNews.aspx?>.
- เอกgngn พนาดารง. (2557). เคล็ดไม่ลับ...สร้างความรู้. สืบค้นวันที่ 11 ตุลาคม 2559,  
จาก [http://www1.si.mahidol.ac.th/km/sites/default/files/u7057/590401\\_KM%](http://www1.si.mahidol.ac.th/km/sites/default/files/u7057/590401_KM%).
- J. Davis and Ray A. Goldberg. (2500). A Conception of Agribusiness.  
Harvard Business School: Author.
- Lumpkin & Dees. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and link  
it to performance. *Academy of Management Review*. 21(1), 135-172.