



COLA
COLLEGE OF LOCAL ADMINISTRATION, KHON KAEN UNIVERSITY

บทความฉบับเต็ม

งานประชุมวิชาการระดับชาติ
ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ

ภายใต้ ประเทศไทย 4.0

The 4th National Conference on Public Affairs Management

"Public Affairs Management Under Thailand 4.0"

ณ วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

4 สิงหาคม 2560



<https://conference.kku.ac.th/cola/conference/r/pm2017>



โทรศัพท์ 0-4320-3124 โทรสาร 0-4320-3875 E-mail: cola.conference@gmail.com

คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาและคัดเลือกบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4

ตามที่วิทยาลัยการปักธงห้องถีน มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีนโยบายในการนำผลงานวิจัยจากวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระระดับบัณฑิตศึกษา และผลงานทางวิชาการ ออกเผยแพร่สู่ชุมชนและสังคม เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงภายใต้การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) นั้น

เพื่อให้การดำเนินการพิจารณาบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) ในวันที่ 4 สิงหาคม 2560 โดยวิทยาลัยการปักธงห้องถีน มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ จึงแต่งตั้งให้บุคคลที่มีรายชื่อดังต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและคัดเลือกบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติดังกล่าว ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พีระศิริชัย คำนวนศิลป์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ
3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญนี แวน Roth
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ชนะพล ศรีฤทธา
6. รองศาสตราจารย์ เวียงรัฐ เนติโพธิ์
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ พิทักษานุรัตน์
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ก้านจักร
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวัช ศรีโภคางกุล
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ แก้วหวานนาม
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ชูสุข
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศักดิ์สุริยา ไตรยราช
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี สันธิธรรมนิยม
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี อัตถาวร
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญาณ์ นักฟ้อน
16. ดร.สุริภรณ์ ลักษณ์เจริญ
17. ดร.ประเทือง ม่วงอ่อน
18. ดร.วิษณุ ลุมิตรสารค
19. ดร.กฤษวรรณ์ โลหวัชรินทร์
20. ดร.นคร เสรีรักษ์
21. ดร.อนุชา โสมาบุตร
22. ดร.ณรินทร์ เจริญทรัพยานันท์
23. ดร.ณรุจน์ วงศินปิยมงคล
24. ดร.พัฒนพงษ์ โตภาวดี
25. อาจารย์ณรงค์ เกียรติคุณวงศ์
26. อาจารย์ศิริศักดิ์ เหล่าจันขาม
27. อาจารย์อธิราชภัส พeyerขุนทด

โดยให้คณะกรรมการดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบในการพิจารณาและคัดเลือกบทความในด้านต่างๆ สำหรับการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และให้คณะกรรมการมีอำนาจวินิจฉัย ตัดสินใจ และสั่งการได้ ๆ ที่เกี่ยวกับการพิจารณาบทความในการจัดประชุมวิชาการดังกล่าว เพื่อเป็นเกียรติและเชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

**คณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4
 (The 4th National Conference on Public Affairs Management)**

“การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)

เพื่อให้การดำเนินงานในการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) ระหว่างวันที่ 4 สิงหาคม 2560 โดยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่นมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในข้อ 15(3) แห่งระเบียบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ว่าด้วยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่นมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2557 จึงแต่งตั้งบุคคลที่มีรายชื่อต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติตั้งกล่าว ประกอบด้วย

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ที่ปรึกษาและผู้ช่วยอำนวยการ	ผู้อธิการ	ผู้อธิการและประธานกรรมการ	ผู้อธิการและประธานผู้แทนภาค	ผู้อธิการและหัวหน้าส่วนราชการ	ผู้อธิการและหัวหน้าส่วนราชการ	ผู้อธิการและหัวหน้าส่วนราชการ
1	รศ.ดร.พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์	✓						
2	รศ.ดร.ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ	✓	✓	✓				✓
3	อาจารย์สุรเดช ทวีแสงสกุลไทย	✓						✓
4	ดร.กฤษวรรณ โลห์วัชรินทร์	* * *		✓	✓			
5	รศ.ดร.เพ็ญณี แวน Roth		✓					
6	อาจารย์ณรินทร์ เจริญทรัพยานันท์		✓			✓		
7	อาจารย์ณรงค์เดช มหาศิริกุล	✓	✓					✓
8	ดร.พัฒนพงษ์ โตภากรณ์	✓	✓					
9	อาจารย์ณรงค์ เกียรติคุณวงศ์	✓	✓					✓
10	ผศ.ดร.ศิริวัช ศรีโภคางกุล		✓					
11	ดร.วิชณุ สุเมตรสารค์		✓					
12	อาจารย์ ศิริศักดิ์ เหล่าจันทร์		✓			✓		
13	อาจารย์ อจิรภัสส์ เพียรบุนทด		✓					
14	นายเฉลิมพงษ์ พงษ์ประชา		*			✓		
15	นางสุวารดี แก้วคำแสน			✓	*	✓	✓	✓

หมายเหตุ: = ประธานกรรมการ ✓ = กรรมการ * = กรรมการและเลขานุการ

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ที่ปรึกษาและผู้ช่วยอธิการบดี	ฝ่ายเลขานุการและประธานงาน	ฝ่ายวิชาการ	ฝ่ายติดต่องรับ พัสดุ การ แผลงประชาสัมพันธ์	ฝ่ายสังคมทั่วไปยุทธศาสตร์และประเมินผล	ฝ่ายกิจกรรมนักศึกษา	ฝ่ายเอกสารสถานที่และยานพาหนะ	ฝ่ายมหาวิทยาลัยและสวัสดิการ
16	นางสาวจิตราลักษดา แสนตา		✓	✓	✓				✓
17	นางสาวภากรณ์ เรืองวิชา		✓	✓	*				
18	นางสาวดวงฤทิ แก้ววิศิษฐ์		✓		✓				
19	นางสาวพรพลอย หาวิชิต			✓					
20	นายอุเทน บัวแสง			✓		*			
21	นางสาวเกวรี แสงสว่าง			✓	✓				
22	นางสาวนิตยา วิชาชัย				✓				
23	นางนันทนा สุทธิประภา				✓			*	
24	นางสาวภัคจิรา แสนใจ				✓	✓			
25	นางสาวณัตยา สีหานาม					✓			
26	นางนวลจันทร์ งามธุระ						✓		✓
27	นายพิพัฒ์ นาคากեียรติภัทร์					✓	✓	✓	
28	นางปวีณา สุวรรณไตรรย์					*			
29	นายพีชานนท์ ธนาด						✓	✓	
30	นายณัฐพงษ์ วัฒนบูตร						*		
31	นายพิสิทธิ์ ทำวะปี					✓	*		
32	นายทวี เลเพล						✓	✓	
33	นายวัชระ สิทธิ					✓		✓	
34	นายกلاح คงกลาง							✓	
35	นายวรรสาท์ นิมภก่น						✓	✓	
36	ทีมงานแม่บ้านวิทยาลัยฯ							✓	✓

 หมายเหตุ: = ประธานกรรมการ

 = กรรมการ

* = กรรมการและเลขานุการ

โดยให้คณะกรรมการดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการ ระดับชาติในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และให้คณะกรรมการ มีอำนาจในการวินิจฉัย ตัดสินใจ และสั่งการได ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานจัดการประชุม วิชาการดังกล่าว เพื่อเป็นเกียรติและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

การเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลและช่องทางการจัดจำหน่ายของฟักข้าว
กรณีศึกษาผู้ประกอบการบริษัท อหาารอาชุรวัตร์ จำกัด จำเภอเมือง ตำบลพระประโคน จังหวัดนครปฐม
Increasing diversification product of gac and distribution channels
A Case study of Arhan Aryurawat Co.,ltd.

วชิรญาณ์ ทิพย์โกย (Wachiraya Thipkoi) * รพีพัฒน์ วัสดาเด็อก (Rapeephat Watphuak) *
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Assoc. Prof. Dr.Phitak Siriwong) **

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ 1) เพื่อศึกษาถึงการเพิ่มความหลากหลายของผลผลิตฟักข้าวของบริษัท อหาารอาชุรวัตร์ จำกัด 2) เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งออกฟักข้าวของบริษัท อหาารอาชุรวัตร์ จำกัด 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคบริษัท อหาารอาชุรวัตร์ จำกัด รวมไปถึงกระบวนการการทำงาน ขั้นตอนการผลิตและการแปรรูป เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธี pragmatics วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้เริ่มก่อตั้งบริษัท และหุ้นส่วนชาวไทย 1 คน

ผลการศึกษาพบว่า 1) การเพิ่มความหลากหลายของผลผลิตฟักข้าวของบริษัท เป็นการแปรรูปผลฟักข้าว เกิดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพหลายชนิด เช่น เครื่องดื่มน้ำฟักข้าว ฟักข้าวในรูปแบบผงชนิด 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย พบร่วมบริษัทได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในหมวดของสินค้าเพื่อสุขภาพ จึงมีช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังร้านค้าปลีกที่เกี่ยวกับสินค้าเพื่อสุขภาพ และยังมีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ เช่น อินโดนีเซีย สิงคโปร์ 3) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจ ปัญหาหลักคือ เงินทุนน้อย ส่งผลให้การพัฒนาธุรกิจเติบโตได้ช้าและการส่งเสริมด้านการตลาดมีประสิทธิภาพน้อยลง

ABSTRACT

The purpose of this research was 1) to study increased diversification of products from gac fruit by Arhan Aryurawart Co.,ltd.2) to study distribution and export channels of gas fruit by Arhan Aryurawart Co.,ltd.3) to study the problems and obstruction that faces Arhan Aryurawart Co.,ltd. in work process, production processes and transformation from gas fruit.

This is phenomenological qualitative research. In-depth interviews as well as non-participant observation form primary contributor Mister Rattanapong jantawong, founder and partner Arhan Aryurawart Co.,ltd. research methods were used to collect research data.

It was found that 1) the increase in diversification of product from gac fruit uses for processing healthy products such as gas fruit's drink and gas fruit capsule; 2) Since, company positions itself as a producer of healthy food/product, it used the following distribution channels: healthy convenient stores and export to foreign countries which includes Indonesia, Singapore, and China; 3) The main problems and obstructions as per company, is a low budget which affect development business and does not allow to support marketing activities fully.

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ, การแปรรูป, ฟักข้าว, ผลิตภัณฑ์ฟักข้าว

Keywords: Entrepreneur, Agriproduct processing, Gac fruit, Product of gac fruit

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศิลปากร

** รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งอาหารอุดมสมบูรณ์ มีสภาพภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่ในประเทศไทยดำรงชีพด้วยการทำการเกษตร ประเทศไทยจึงมีพืชผักและผลไม้หลากหลายชนิด จนกลายเป็นสินค้าที่สำคัญ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยจึงได้รับการขนานนามว่าเป็น “ ครัวของโลก ” จากความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย ที่มีผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลัก ทำให้ประเทศไทยมีการส่งออกผลผลิตทางการเกษตร ทั้งในรูปแบบของผักผลไม้สดและในรูปแบบการแปรรูป ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเจริญเติบโต และกลายเป็นประเทศที่มีจุดแข็งทางด้านการเกษตรกรรม (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547)

การทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืนในรูปแบบยุคเศรษฐกิจใหม่ เกษตรกรขาดการพัฒนาและทักษะ จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถ และมีทักษะด้านการผลิต การบริหารจัดการ และการตลาดสู่ภาคการเกษตร โดยเฉพาะการพัฒนาเกษตรรุ่นใหม่ ให้เป็นเกษตรกรผู้ปราดเปรื่อง ที่มีความพร้อม มีความรู้ความเขียยว่ายในการประกอบอาชีพด้านการเกษตร สามารถดำเนินการสอดคล้องกับวิธีชีวิต รวมทั้งการให้ความสำคัญในการใช้องค์ความรู้และข้อมูลประกอบการตัดสินใจ มีการนำเทคโนโลยี ภูมิปัญญา และวิธีการปฏิบัติที่ดีมาใช้ โดยตระหนักรถึงคุณภาพมาตรฐานและปริมาณตามความต้องการของตลาด รวมถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการเกษตรไทยอย่างยั่งยืน (วิชารย์ ปัญญาคุล, 2556)

พฤติกรรมของผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมนิยมและผันผวนไปตามยุคสมัยดิจิทัลและเทคโนโลยี ผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องสร้างกลยุทธ์และเพิ่มโอกาสซ่องทางของการสร้างสรรค์สินค้า โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มและการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลที่ได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ทุกด้าน ดังตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ของรัฐบาล กล่าวว่า การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต จะเน้นการพัฒนาใช้ชีวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ก้าวหน้ามากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการต่อยอดการผลิตและบริการเดิมโดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างให้ผู้ประกอบการผลิตได้ขายเป็นโดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้น รวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่ เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้กันในชุมชนและท้องถิ่นแบ่งปันประโยชน์อย่างเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ผู้บริโภคเกิดกระแสนิยมเริ่มให้ความสำคัญกับสุขภาพ คุณภาพและสุขอนามัยของอาหาร เริ่มให้ความสนใจในการเลือกสรรวัตถุดิบมาทำอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นจึงทำให้ตลาดสุขภาพเริ่มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้เหล่าผู้ประกอบการ ผู้ผลิตหรือเกษตรกรจำเป็นต้องหันมารับผิดชอบต่อคุณภาพและปลอดภัยของผลผลิตให้ไม่มีสารเคมีเป็นปัจจัยในการตัดสินใจ แม้จะยังส่งผลให้เหล่าผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ผลิตหรือเกษตรกรปรับเปลี่ยนวิถีการทำเกษตรแบบเดิมที่ยังคงใช้สารเคมีในการทำเกษตร หันมาทำเกษตรปลอดสารพิษ เกษตรอินทรีย์กันมากขึ้น เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคในปัจจุบัน (ปรัชญ ศุภะโยธิน, 2556)

ผู้พื้นบ้านในประเทศไทยมีหลายชนิดและมีประโยชน์หลากหลาย เช่น พืชผักพื้นบ้านของไทยที่มีมาช้านาน อุดมไปด้วย ประโยชน์ สรรพคุณ และคุณค่าทางโภชนาการ ลูกกลม ลีสัม มีหนานรอบผล ผักที่กลาวมานี้คือ พักข้าว พักข้าวมีสารอาหารสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายสูงมาก เช่น เบต้าแคโรทีน, ไลโคพีน, วิตามินเอ, โวเมก้า 6, โวเมก้า 3 และอีน่า พักข้าวเป็นผักพื้นบ้านที่มีประโยชน์ต่อร่างกายสูง พักข้าวไม่ใช่แค่เพียงนำผลมากินหรือนำไปประกอบอาหาร แต่ทุกส่วนของพักข้าวนำมาเป็นยาสมุนไพรรักษาอาการของโรคได้ เช่น รากข้าวถอนพิษทั้งปวง ในข่ายดับพิษ แก้หูด ผึ้งม่วง ริดสีดวง ผลและใบอ่อนช่วยลดน้ำตาลในเลือด นอกจากนั้นพักข้าวยังมีประโยชน์และสรรพคุณที่ดีต่อสุขภาพมาก (สุทธิชัย ปทุมล่องทอง, 2548)

ปัญหาหลักของพักข้าว เป็นพืชที่ยังได้รับความนิยมน้อยในประเทศไทย รู้จักและรับประทานเฉพาะกลุ่มคนที่รักสุขภาพ กลุ่มผู้ป่วยและกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะพักข้าวเป็นพืชที่รับประทานค่อนข้างยาก และกำลังเป็นพืชที่จะสูญพันธุ์ คนรุ่นหลังจึงไม่ค่อยรู้จัก ดังนั้นจึงเกิดบริษัท อาหารอายุรเวต์ จำกัด ผู้ก่อตั้งคือ คุณรัตนพงษ์ จันทะวงศ์ เป็นผู้ประกอบธุรกิจแบบครบวงจรที่แล่งเห็นความสำคัญของพักข้าว ได้นำพักข้าวมาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูปพักข้าวอกมาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่

สามารถทำให้รับประทานง่ายขึ้นและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ด้วย การใช้ความรู้ความสามารถเฉพาะกุյวกับความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ซ่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งออก ทำให้บริษัทสามารถเติบโตเป็นธุรกิจในรูปแบบของ SME ขนาดย่อม

ดังนั้น ผู้ศึกษามีความประสงค์จะศึกษาถึงการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลของฟักข้าว กลยุทธ์การตลาด ซ่องทางการจัดจำหน่ายการส่งออกและปัญหาอุปสรรคในการประกอบธุรกิจฟักข้าวของบริษัทอาหารอายุรวัตร จำกัด สำนักงานเขตฯ จังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลฟักข้าวของบริษัท อาหารอายุรวัตร จำกัด
2. เพื่อศึกษาซ่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งออกฟักข้าวของบริษัท อาหารอายุรวัตร จำกัด
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของบริษัท อาหารอายุรวัตร จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ที่ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ก่อตั้งบริษัท หุ้นส่วน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลจาก บริษัท อาหารอายุรวัตร จำกัด ตำบลพระประโคน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ได้แก่
 - 2.1 ที่มาความสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคของ ธุรกิจฟักข้าว
 - 2.2 ซ่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการฟักข้าว
 - 2.3 การเพิ่มความหลากหลายของฟักข้าวด้วยการแปรรูป
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาศึกษาเป็นระยะเวลาทั้งหมดประมาณ 4 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์-พฤษภาคม พ.ศ. 2560 โดยเริ่มทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงเงื่อนไขความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัท อาหารอายุรวัตร จำกัด
2. ได้ทราบถึงกระบวนการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลและการซ่องทางการจัดจำหน่ายของฟักข้าว
3. เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบรุ่นใหม่ที่ต้องการทำธุรกิจการเกษตรแบบครบวงจร สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการประกอบธุรกิจการเกษตรแบบครบวงจร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาเรื่อง เกษตรกรผู้ปลูกฟักข้าว : การผลิตที่หลากหลายเพื่อรักษาค่าเพิ่มและซ่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการฟักข้าว ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารที่เป็นแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

- 1) แนวคิดฟักข้าว
- 2) แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mixed)
- 3) แนวคิดซ่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) แนวคิดการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผล (Diversification)
- 1) แนวคิดฟักข้าว

ฟักข้าวมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ *Momordica Cochinchinensis* (Lour.) Spreng ชื่อสามัญ Spring Bitter Cucumber และอยู่ในวงศ์ CUCURBITACEAE นอกจากนี้ยังมีชื่อเรียกอื่นได้แก่ จ้ำกเครือ (จังหวัดปัตตานี) ผักข้าว (จังหวัดตาก) มะข้าว (จังหวัดแพร) ผักใส่ใหญ่ (จังหวัดยะลา) ผักสะไหร่ใหญ่(จังหวัดกาฬสินธุ์) แก๊ก (Gac เวียดนาม) เป็นพืชประเภทไม้ล้มลุกและไม้เลื้อย มีลักษณะเป็น geleoid มีเมือเกะ เป็นใบเดี่ยวคล้ายรูปหัวใจหรือรูปร่างคล้ายใบโพธิ์ มีความกว้างยาวเท่ากันประมาณ 6-15 เซนติเมตร ขอบใบหยักเร้าลึกเป็นแขก 3-5 แฉก ตามธรรมชาติจะขึ้นคลุ่มแรก เมื่อยืนต้นคล้ายทำเลิง ฟักข้าวเป็นพืชอยู่ในวงศ์แตงและมะระ ผลของฟักข้าวมีลักษณะรูปร่างกลมรี มีหนามเล็กๆรอบผล ผลอ่อนจะมีสีเขียวอมเหลือง

เมื่อผลสุดท้ายที่จะมีผลสีแดงอมส้ม ภายในผลมีเนื้อออกสีเหลืองส้มคล้ายมะปรางและมีเยื่อหุ้มเมล็ดจำนวนมากเรียงตัวกันสีแดงคล้ายเมล็ดแดง ฟักข้าวพับได้ในแบบทุกภูมิภาคของประเทศไทยและในแบบอาเซียน เช่น เวียดนาม อินเดีย บังกลาเทศ จีน พม่า มาเลเซีย ลาว เป็นต้น (กรณ์ภญจน์ ภาระประวัติ, 2556)

คุณค่าทางโภชนาการของฟักข้าว

ผลฟักข้าว ในเยื่อเมล็ดฟักข้าวเป็นส่วนที่มีประโยชน์คุณค่าทางสารอาหารสูงที่สุด เยื่อเมล็ดของฟักข้าวมีปริมาณเบต้าแแคโนนีน (Beta-carotene) ซึ่งมากกว่าเครื่อง 10 เท่า มีไลโคพีน (Lycopene) มากกว่ามะเขือเทศ 12 เท่า การกินเบต้าแแคโนนีนจากฟักข้าวพบว่าร่างกายดูดซึมสารอาหารได้ดี เพราะจะถูกนำไปใช้ในกระบวนการเผาผลาญ ในส่วนของคุณประโยชน์ของฟักข้าว มีส่วนช่วยด้านอนามัยอิสระ, ป้องกันการติดเชื้อ, ป้องกันการเกิดสารก่อมะเร็ง, ลดความเสี่ยงจากโรคหัวใจ, ป้องกันและรักษาตับอักเสบ, ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอล (cholesterol) ในเลือด, ป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจ, ช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือด, เพื่อป้องกันและบรรเทาการขาดวิตามินสารอาหารต่างๆในเด็กและผู้ใหญ่, ช่วยลดความแก่, ป้องกันผิวหนังแห้ง, บำรุงผิวพรรณ, ช่วยให้อัตราการเผาผลาญพลังงานสม่ำเสมอ, ช่วยกระตุ้นพัฒนาการและการเติบโตของเด็กให้แข็งแรง, ช่วยป้องกันและรักษาการติดเชื้อในการฉายรังสี, ช่วยปรับสภาพร่างกายให้ฟื้นฟูโดยเร็ว, ช่วยป้องกันการได้รับสารพิษในผัก ผลไม้ ผักต่างๆ (สุราทิพ ภาระประวัติ, 2550)

2) แนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixed)

ภาวนี กาญจนากา (2554) ได้กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึงองค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาดประกอบด้วยปัจจัยด้านการตลาดสี่ชนิดที่เรียกว่า “4 Ps” การตลาดเป็นการดำเนินกิจกรรมต่างๆโดยนักการตลาดจะต้องมีการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจผ่านประสมการตลาดนี้นับเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้โดยส่วนประสมทางการตลาดมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าและบริการ ที่ธุรกิจผลิตและพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ ความจำเป็นของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สินค้าและบริการนั้นมีทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้

ราคา คือ ราคาของสินค้าและบริการเป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการพิจารณาการตัดสินใจซื้อของลูกค้า หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขายเพื่อให้ได้สินค้าและบริการ การกำหนดราคาตนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ในระดับที่ลูกค้าซื้อได้และธุรกิจยังคงมีกำไร

การจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการจัดกิจกรรมต่างๆที่จำเป็นต้องกระทำการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ หรือบริการไปสู่มือลูกค้า ในสินค้าและเวลาที่ถูกต้อง เป็นการอำนวยความสะดวกสบายสูงสุดในการซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามลักษณะสินค้าและบริการ พฤติกรรมของลูกค้า ที่ตั้งของลูกค้า และสถานที่ตั้งของธุรกิจ

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้าก่อนเป้าหมาย เป็นการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ให้กับลูกค้า เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เข้าใจง่าย กระตุนให้ผู้ที่เป็นลูกค้าหรือคาดว่าจะเป็นลูกค้านำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (ศิรุฤทธิ์ พงศกรังศิลป์, 2555)

3) แนวคิดการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผล (Diversification)

การเพิ่มความหลากหลายของผลิตผล คือ โอกาสจากการขยายชนิดสินค้า ซึ่งอาจจะไม่ได้หมายถึงแค่การเพิ่มผลิตผลที่เป็นสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่รวมไปถึงการขยายตลาดและการตลาด การเพิ่มความหลากหลายของผลิตผล สามารถสรุปได้ 3 สถานการณ์ด้วยกันนือ การขายสินค้าที่กำลังขาดแคลนหรือเป็นที่ต้องการอย่างสูง การปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้วให้ดีกว่าเดิม และการคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ (อิมเมจ เอ็นเตอร์ไพรส์, 2549)

4) แนวคิดช่องทางการจัดจำหน่าย

ภาวนี กาญจนากา (2554) ได้อธิบายว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับสินค้าผู้บริโภค เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าบริโภคจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคสุดท้าย (end user) โดยมีคนกลางที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดจำหน่าย โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวกับการวิถี ได้แก่

ผู้ผลิตจัดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง ผู้ผลิตทำการกระจายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือเรียกว่า ช่องทางตรง (Direct Channel)

ผู้ผลิตจัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีกเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค เป็นช่องทางที่ผู้ผลิตให้ผู้ค้าปลีกหรือตัวแทน (agent) ขายน้ำมันสินค้าให้ผู้บริโภค

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบปรากฏการณ์วิทยา จากการค้นคว้าข้อมูลพบว่ามีผู้ให้ความหมาย ปรากฏการณ์วิทยา หมายถึงกระบวนการเรียนรู้ถึงเรื่องราวและประสบการณ์ ต่างๆ โดยการบอกเล่าและการอธิบายของบุคคล (Edmund H. Husserl, 1890-1959 อ้างใน นิตา ชูโต, 2545) ดังนี้ คณะกรรมการวิจัยจึงได้นำหลักการของการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยามาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ประกอบการ หุ้นส่วน และพนักงาน บริษัท อาหารอายุรวัตร์ จำกัด อำเภอเมือง ตำบลพระประโคน จังหวัดนครปฐม
2. วิธีการศึกษาวิจัย ใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participative Observation) และ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีการตั้งแนวคำถาม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูลและเป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว โดยผู้วิจัยสร้างแนวคำถามในประเด็นกว้างๆ และรับฟังเรื่องราวชีวิตของผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ก่อนการลงสู่พื้นที่ ผู้วิจัยได้เตรียมตัวศึกษาข้อมูลของบริบทพื้นที่และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก สร้างแนวคำถามในการ ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อขออนุญาตกับเจ้าของบริษัท เพื่อขอนัดหมายในการเก็บข้อมูล ทั้งผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ที่มีส่วนรวมในการให้ข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการ 2 วิธี
 - 3.1) การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นายรัตนพงษ์ จันทะวงศ์ เจ้าของบริษัท อาหารอายุรวัตร์ จำกัด อำเภอเมือง ตำบลพระประโคน จังหวัดนครปฐม
 - 3.2) การบันทึกข้อมูลการสนทนາ โดยการอัดเสียงในขณะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล
4. เครื่องมือที่ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป และสมุดจดบันทึก
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล Danzin (1978) อ้างใน นิตา ชูโต (2545) กล่าวว่า ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเหลี่ยม (Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data Triangulation) เพื่อให้ได้คำอธิบายหลายแบบหลายช่วงเวลา และสืบข้อมูลจากหลายภาค (Investigation Triangulation) เพื่อลดความจำเอียงส่วนตัว และใช้การตรวจสอบจากหลายวิธีวิจัย (Methodological Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลหลายแบบ เช่น เก็บข้อมูลโดยการสังเกต การสัมภาษณ์ การใช้เอกสาร เพื่อให้ผลลัพธ์ของข้อมูลที่เหมือนกัน
6. การวิเคราะห์ข้อมูล การนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยวิธีการบันทึกเสียง ถอดเสียงการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และจับใจความสำคัญ และเก็บรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลทั้งหมดมาบูรณาเพื่อจับประเด็นสำคัญต่างๆ มาตีความหมายและเรียนรู้ เพื่อให้ได้คำอธิบายตามลักษณะความสัมพันธ์ จัดหมวดหมู่ข้อมูล โดยการบรรยายเชิงพรรณนาในรูปแบบลายลักษณ์อักษร

ผลการศึกษาวิจัย

จากการศึกษาเรื่องของการเพิ่มความหลากหลายของผลผลิตและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจฟักข้าว กรณีศึกษาบริษัท อาหารอายุรวัตร์ จำกัด อำเภอเมือง ตำบลพระประโคน จังหวัดนครปฐม ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้จำแนกผลการศึกษาออกเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์และประเด็นที่มีความซับซ้อน

- 1) ที่มีและจุดเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจฟักข้าว กรณีศึกษา บริษัท อาหารอายุรวัตร์ จำกัด

- 1.1 จุดเริ่มต้นของเกษตรกรสู่ผู้ประกอบการธุรกิจ
จุดเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจฟักข้าวของ นายรัตนพงษ์ จันทะวงศ์ (อาจารย์น้อย) ผู้ก่อตั้ง บริษัท อาหารอายุรวัตร์ จำกัด ในอดีตคุณรัตนพงษ์ได้ประกอบอาชีพเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยมหิดล จากรัฐมนตรีเงินเดือนได้

ผู้นําตัวมาเป็นเกษตรกรโดยสาเหตุของการผันตัวมาเป็นเกษตรกร นายรัตนพงษ์ให้ความเห็นว่าการทำเกษตร เป็นอาชีพที่อิสระ สามารถมีเวลาในการดูแลครอบครัวได้ จุดเริ่มต้นที่เลือกปลูกฟักข้าว คุณรัตนพงษ์ ได้พบ งานวิจัยเกี่ยวกับฟักข้าวของผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิเชษฐ์ สิลามานิตย์ มหาลัยมหิดล เป็นการวิจัยค้นพบครั้ง แรกในประเทศไทย โดยผลการวิจัยของฟักข้าว พบร่วม ฟักข้าวมีสารไฟโคพินมากกว่ามะเขือเทศ 70 เท่า จาก ข้อมูลเดิมไฟโคพินมากกว่ามะเขือเทศเพียง 12 เท่า และฟักข้าวยังมีสารอาหารที่สำคัญและประโยชน์อีก มากนัย ดังนั้นคุณรัตนพงษ์จึงได้นำผลวิจัยฟักข้าวดังกล่าวมาต่อยอดทำเป็นธุรกิจ เพราะคุณรัตนพงษ์ เล็งเห็นถึงสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมนุษย์ แต่ฟักข้าวกลับเป็นพักพื้นบ้านที่ได้รับความนิยมน้อยและ กำลังเป็นพืชที่ถูกเล็ง คุณรัตนพงษ์จึงเริ่มทดลองปลูก พัฒนาสายพันธุ์ และนำผลของฟักข้าวมาแปรรูปเป็น เครื่องดื่มน้ำฟักข้าว ภายใต้ชื่อ Orga และได้นำออกจำหน่ายตามตลาดชุมชนใกล้เคียง

1.2 ช่องปรับตัวเข้าสู่ธุรกิจ SME ขนาดย่อม

หลังจากที่ คุณรัตนพงษ์ได้แปรรูปผลิตภัณฑ์และจัดจำหน่ายตามตลาดและชุมชนที่ใกล้เคียง คุณรัตน์ได้ พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากฟักข้าวจนกลายเป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว แต่ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก และมีช่องทางการจำหน่ายที่น้อย จันมาพวน นายวชิรุ ภู่น้ำด (คุณวชิรุ) ผู้ที่ได้ลองดื่มเครื่องดื่มน้ำฟักข้าวของ คุณรัตนพงษ์ แล้วให้ความเห็นว่า “ น้ำฟักข้าวของคุณรัตนพงษ์อร่อยมาก แต่นันน่าจะเติบโตได้มากกว่านี้ ” จึงได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนบริษัท คุณวชิรุเข้ามามีส่วนช่วยในการดำเนินงานทางด้านการตลาดและการเพิ่มช่อง ทางการจัดจำหน่าย เพราะ ในอดีตคุณวชิรุทำงานด้านการตลาดมาก่อน จึงมีความรู้และประสบการณ์ด้าน การตลาด คุณวชิรุเริ่มต้นจากการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศไทย ด้วยการเข้าไปติดต่อขายกับร้านค้า ปลีกที่ขายสินค้าเพื่อสุขภาพ และเปิดตลาดในต่างประเทศด้วยการซักซ่อนบริษัทต่างประเทศเข้ามาร่วมลงทุน เป็นหุ้นส่วน เพื่อให้การเจาะตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฟักข้าวไปยังต่างประเทศได้ง่ายขึ้น ทำให้ธุรกิจ ฟักข้าวจากวิสาหกิจชุมชนก้าวกระโดดกลายเป็นธุรกิจ SME ขนาดย่อม

2) การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ฟักข้าว

ฟักข้าวมีสารอาหารที่สำคัญอยู่ที่เยื่อหุ้มเมล็ดสีแดง ทำให้รับประทานยาก คุณรัตนพงษ์จึงได้นำวัตกรรม ความรู้ ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการแปรรูปฟักข้าว เพื่อแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อความต้องการของ ผู้บริโภค โดยเริ่มต้นสกัดเยื่อหุ้มเมล็ดสีแดงของฟักข้าว ทำออกมายกเป็นเครื่องดื่มน้ำฟักข้าว เป็นผลิตภัณฑ์ขั้นแรก และ ได้รับผลการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ต่อมากุณรัตนพงษ์ทำวิจัยและศึกษาการแปรรูปฟักข้าวให้เป็นในรูปแบบผง เกิดเป็น ผลิตภัณฑ์ฟักข้าว ชนิดผงชง และต่อยอดจากรูปแบบผงมาเป็นรูปแบบฟักข้าวแคปซูล รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์น้ำมันฟักข้าว สด ซอสฟักข้าว และตอนนี้คุณรัตนพงษ์กำลังวางแผนทำผลิตภัณฑ์ฟักข้าวให้อยู่ในรูปของกาแฟ ให้เป็นกาแฟฟักข้าว ผลิตเป็นเจ้าแรกของประเทศไทย

3) ช่องทางการจัดจำหน่ายและการขนส่งของผลิตภัณฑ์ฟักข้าว

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการขนส่งภายในประเทศไทย

การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฟักข้าวของ บริษัท อายุรวัตร จำกัด มีช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศไทยหลักๆ 3 ช่องทางดังนี้

3.1.1 อีคอมเมิร์ซ (E-commerce) การจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์ (Web site) สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน เว็บไซต์ www.orgagac.com สั่งซื้อทางไลน์ (Line) ID line : korga2499 และดูสินค้าสอบถามเพิ่มเติมได้ที่เฟสบุ๊ค (Facebook) Facebook : orgagac โดยการจัดส่งตามออเดอร์ (Order) ด้วยการส่งทางไปรษณีย์และจ้างบริษัท ขนส่งเอกชน เช่น บริษัท Kerry Express

3.1.2 ร้านค้าปลีกประเภทコンビニエンสโตร์ (Convenience Store) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางร้านค้าปลีก สินค้าเพื่อสุขภาพ ได้แก่ Golden Place ร้านดอยคำ ร้านต้นกล้า ร้านสบายนิ่ง และ FN Factory Outle โดยมีการ จัดส่งตามร้านค้าต่างๆ ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงด้วยรถตู้ และในส่วนของต่างจังหวัด จะจัดส่งสินค้าไปยังศูนย์ กระจายสินค้าโดยบริษัทขนส่งสาธารณะ เช่น รถขนส่งสินค้าที่พุทธมณฑลสาย 2 และสาย 3

3.1.3 การขายตรง (Direct Selling) จำหน่ายและเข้าถึงลูกค้าด้วยการตั้งบูธ (Booth) ตามงานจัดแสดง สินค้า เช่น งานแสดงสินค้า OTOP CITY

3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายและการขนส่งในต่างประเทศ

ช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศของ บริษัท อาหารอัญวาร์ต์ จำกัด จะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายแบบทางตรง (Direct sell) การติดต่อขายกับลูกค้าต่างประเทศ ด้วยการหาลูกค้าตามงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้า THAIFEX-World of Food Asia ส่วนในเรื่องการจัดส่งสินค้าไปต่างประเทศด้วยทางเรือ (Shipping) และได้กระจายสินค้าไปยังศูนย์กระจายสินค้าต่างๆ ในต่างประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย จีน เวียดนาม

4) กระบวนการการประกอบธุรกิจฟักข้าว

จากการศึกษาในส่วนกระบวนการผลิต เครื่องดื่มน้ำฟักข้าว คุณรัตนพงษ์นอกจากจะเริ่มปลูกฟักข้าวด้วยตัวเอง คุณรัตนพงษ์ยังทำการส่งเสริมให้เกษตรกรบริโภคกลับฟักข้าวมาส่งให้คุณรัตนพงษ์ เพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่เกษตรกรและยังคงไปให้ความรู้ในการปลูกฟักข้าวไม่ใช่สารเคมี เพื่อให้ได้ผลฟักข้าวที่มีคุณภาพเหมาะสมสำหรับการนำมาระบูรเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพ หลังจากได้ผลผลิต พนักงานจะนำมายัดผลฟักข้าวที่ดีที่สุด เมื่อได้ผลฟักข้าวที่ดี จะทำการผ่าครึ่ง เพื่อทำแยกเนื้อแยกเยื่อหุ้มเมล็ดสีแดง จากนั้นนำเยื่อหุ้มเมล็ดสีแดงข้าวเครื่องสักดิ์เยื่อหุ้มเมล็ดสีแดง จนได้น้ำจากเยื่อหุ้มเมล็ดสีแดง สาเหตุที่สักดิ้น้ำเพียงครึ่งเยื่อหุ้มเมล็ด เป็นเพราะว่าสารอาหารสำคัญที่มีประโยชน์มากที่สุดอยู่ตระหง่านเยื่อหุ้มเมล็ด ต่อมมาเข้าสู่กระบวนการนำน้ำที่สักดิ้น้ำมาใส่หม้อต้มทำการโซ่เชือ โดยมีการควบคุมอุณหภูมิ เพื่อยังคงรักษาสารอาหารที่มีประโยชน์ จากนั้นจะทำการใส่ถุงถุงละ 5 กิโลกรัมและเก็บแข็งไว้ในห้องเย็น การแข็งแข็งให้ในกรณีตัดบิลผลิตเกินจำนวนการสั่งซื้อ ในส่วนที่ลูกค้าสั่ง ก็จะทำการนำน้ำที่สักดิ้น้ำมายำเข้าเครื่องผสมตามสูตรที่คุณรัตนพงษ์ได้คิดค้น สูตรน้ำฟักข้าวมีหลายสูตร ได้แก่ สูตรดั้งเดิม สูตรน้ำตาลน้อย สูตรไข่น้ำตาลอ้อย โดยคุณรัตน์ทำงานร่วมกับฝ่ายโภชนาการช่วยในการคิดค้นสูตร จากหลังทำการต้มส่วนผสมทั้งหมดตามสูตร ก็ถึงการบรรจุใส่ขวด ปิดฝา ทำความสะอาด ใส่ฉลาก บรรจุใส่กล่องละ 6 ขวด ส่วนของงานบริหาร คุณรัตนพงษ์จะดูในส่วนการปลูก วัดตัดบิล การผลิต คิดค้นผลิตภัณฑ์ และดูแลทุกส่วนโดยรวมในบริษัท ส่วนเรื่องการตลาด การขาย จะเป็นหน้าที่การคูดเลขอของคุณขวัญ ส่วนในเรื่องของบัญชีจะจ้างบริษัทอกทำ ในการผลิตก็มีพนักงานอยู่ 5 คน การขนส่งสินค้ามีทั้งส่งสินค้าด้วยตัวเองและจ้างขนส่งสาธารณะและเอกชน เนื่องจากบริษัทมีโครงสร้างการทำงานแบบครอบครัวจึงทำให้มีพนักงานน้อย

5) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจฟักข้าว

5.1 อุปสรรคด้านความนิยมของฟักข้าว

ฟักข้าวเป็นพืชที่ยังไม่ค่อยมีคนรู้จักและได้รับความนิยมมากนักในประเทศไทย ส่งผลให้การเจาะตลาดในประเทศไทยเป็นไปได้ยากและทำให้มีฐานลูกค้าในประเทศไทยน้อย มีจำนวนเพียงร้อยละ 20 ซึ่งฐานลูกค้าส่วนใหญ่ในประเทศไทยที่รู้จักฟักข้าวจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาสุขภาพ กลุ่มลูกค้าที่บริโภคเพื่อสุขภาพ กลุ่มลูกค้าประเภทนี้จะรู้จักคุณสมบัติของฟักข้าวดีอยู่แล้ว แต่เป็นที่น่าเสียดายสำหรับผลิตภัณฑ์ฟักข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและราคาไม่แพงมาก แต่กลับไม่สามารถเป็นที่นิยมของลูกค้าในทุกๆ กลุ่มได้ ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถบริโภคได้ทุกวัย เนื่องจากส่วนมากคนไทยยังไม่รู้จักคุณประโยชน์ที่มีหลากหลายของฟักข้าว จึงทำให้ฟักข้าวเป็นได้แค่เพียงผักพื้นบ้านที่หลายคนมองข้ามไป

5.2 อุปสรรคด้านการพัฒนาธุรกิจ

อุปสรรคหลัก คือเรื่องของเงินลงทุน บริษัทมีงบประมาณน้อยในเรื่องของการส่งเสริมการขายและการตลาด ทำให้ไม่มีเงินลงทุนทำโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าในช่องทางที่ทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ได้เช่น บริษัทอาศัยเพียงช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าไม่ได้ประสิทธิภาพพอ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยม จึงเป็นสาเหตุทำให้การพัฒนาและขยายธุรกิจเป็นไปได้ยาก

5.3 อุปสรรคทางด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร ทางบริษัทยังขาดพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นมืออาชีพให้ด้านการทำงาน เนื่องจากบุคลากรที่เข้ามาทำงานในบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่ที่มีความรู้ในระดับปฐมศึกษาขั้นปีที่ 4 ทำให้พนักงานส่วนใหญ่ขาดความความรู้และความเข้าใจในการทำงาน ทำให้บริษัทไม่มีศักยภาพเพียงพอในการขยายธุรกิจ

6) เงื่อนไขความสำเร็จของการประกอบธุรกิจฟิกข้าว

จากการศึกษาคุณรัตนพงษ์ได้นำแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่มาปรับใช้ในการทำเกษตรให้ยั่งยืน เพื่อให้ได้ฟิกข้าวที่ปลดสารพิษ และแปรรูปอigor เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในเรื่องของแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย คุณรัตนพงษ์ใช้หลักการของ 3I มาใช้ในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ “ไอตัวแรก คือ IDEA-GENERATION การคิดค้นหาความคิดใหม่ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้ดีขึ้น ไอตัวที่สอง INDIVIDUAL-TALENT ความสามารถเฉพาะ คือความรู้ที่ได้สั่งสมมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ จนเกิดเป็นทักษะเฉพาะ ดังเช่น คุณรัตนพงษ์มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ไอตัวที่สาม INFINITE CHANGE ความพร้อมในการรับมือความเปลี่ยนแปลง จากพนักงานเดือนเงิน ผันตัวมาเป็นทำธุรกิจเกษตรแบบครบวงจร ถือเป็นงานยากที่คุณรัตนพงษ์ต้องเตรียมรับมือกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดรอบด้าน โดยจากที่คุณรัตนพงษ์เป็นเจ้าของกิจการคนเดียว (Owner) คุณรัตนพงษ์จึงทำการเปลี่ยน Owner ให้เป็น Investor คือการหุ้นร่วมลงทุน ถือเป็นยุทธศาสตร์ของคุณรัตนพงษ์ เพื่อให้มีเงินทุนในการทำธุรกิจให้เติบโตต่อไป และคุณรัตนพงษ์ยังกล่าวอีกว่า “การที่จะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น เราจะพึงแต่หนังสือในตำราเรียนอย่างเดียวไม่ได้” คุณรัตนพงษ์ได้แนะนำให้อ่านหนังสือสามก๊ก เพราะมีกลยุทธ์แนวคิดที่สามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจได้ ดังเช่น คุณรัตนพงษ์มีแนวความคิดเกี่ยวกับคู่แข่งว่า การเปลี่ยนตัวรู้ให้เป็นมิตร คือการมองเห็นคู่แข่งให้เป็นผู้ร่วม (Partner)มากกว่าการมองเป็นคู่แข่ง(Competitor) คุณรัตนพงษ์กล่าวว่าจะแบ่งขันในเรื่องคุณภาพสินค้ามากกว่ายอดขาย

อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลและช่องทางการจัดจำหน่ายของฟิกข้าว กรณีศึกษาบริษัท อาหารอายุรวัตร จำกัด อำเภอเมือง ตำบลพระประโคน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้รวมรวบเอกสารข้อมูล วิเคราะห์เรียนเรียงความสัมพันธ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจฟิกข้าว ทำให้ทราบว่าฟิกข้าว มีประโยชน์ต่อร่างกายมนุษย์ และมีวิจัยรับรองทั้งไทยและต่างประเทศ แต่ฟิกข้าวสำหรับในประเทศไทยเป็นผักพื้นบ้านที่หายาก มองข้าม ผู้ประกอบการเลือกเน้นลงทุนของฟิกข้าว จึงนำผลฟิกข้าวมาแปรรูปจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ เมื่อผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ก็สามารถขายได้ และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการได้แปรรูปผลฟิกข้าวหลากหลายผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องดื่มน้ำฟิกข้าว เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ให้ความสดชื่น น้ำมันสกัดจากฟิกข้าว เป็นวัตถุดิบใช้ผสมในเครื่องสำอางต่างๆ ให้ในเรื่องของความงาม เมื่อเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าและรายได้ ผู้ประกอบการก็ต้องจัดการเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีการติดต่อขายกับร้านค้าประเภทร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพ ในเรื่องของการวางแผนของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ผู้ประกอบการจึงได้ใช้เครื่องมือทางการตลาดมาช่วยในการประกอบธุรกิจ จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนก้าวสู่ธุรกิจ SME ขนาดย่อม และทำให้ทราบว่าการก้าวมาสู่ธุรกิจในรูปแบบ SME ขนาดย่อม ต้องเจอปัญหาและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจฟิกข้าว พบว่า ผู้ประกอบมีปัญหาหลักคือ เงินทุน เมื่อมีเงินทุนน้อย ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำตลาด การประชาสัมพันธ์ สินค้ามีประสิทธิภาพในการทำงานไม่เพียงพอ และพบปัญหาในเรื่องของบุคลากรยังขาดความรู้และความเข้าใจงานในระดับสูง เพราะ จำนวนพนักงานในบริษัทในส่วนของการผลิต เป็นคนในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีความรู้ระดับปฐมศึกษาขั้นปีที่สี่ ส่งผลทำให้การขยายธุรกิจเติบโตช้า

จากการวิจัย มีความสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี เนื่องจากข้อมูลที่ได้มีความเกี่ยวเนื่องในหลายด้าน เช่น แนวคิดกลยุทธ์ Marketing Mixed เป็นแนวคิดที่ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและใช้ในการตัดสินใจ ในส่วน ประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด หรือที่เรียกว่า 4P's มีความเกี่ยวในเรื่องของ ผลิตภัณฑ์คือการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากฟิกข้าวให้มีความหลากหลาย จึงมีความสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การเพิ่มความหลากหลายของผลิตผล (Diversification) คือ โอกาสจากการขยายขันดินสินค้า การคิดค้นสินค้าหรือบริการใหม่ การปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้วให้ดีกว่าเดิม รวมไปถึงการขยายตลาด และแนวคิดช่องทางการจัดจำหน่าย มีความเกี่ยวเนื่องกับแนวคิดกลยุทธ์ Marketing Mixed ในเรื่องของสถานที่ เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาการเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลและช่องทางการจัดจำหน่ายของฟักข้าว สามารถสรุปผลการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1) การเพิ่มความหลากหลายของผลิตผลฟักข้าวพบว่า จุดเริ่มต้นของผลิตผลของฟักข้าว เกิดจากผลการวิจัยของผู้ช่วยศาสตราจารย์วิเชษฐ์ ลิตามานนิต มหาลัยมหิดล ที่วิจัยพบว่า ฟักข้าวมีคุณค่าทางโภชนาการและประโยชน์อย่างมาก ทำให้นายรัตนพงษ์ จันทะวงศ์ (ผู้ประกอบการ) เล็งเห็นประโยชน์ของฟักข้าวที่จะสามารถนำมาต่อยอดเป็นธุรกิจ ด้วยการนำผลของฟักข้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากการแปรรูปเป็นเครื่องดื่มน้ำฟักข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ตัวแรก และได้ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ได้แก่ ฟักข้าวชนิดผงของดีม และฟักข้าวแคปซูล น้ำมันฟักข้าวสกัด และผู้ประกอบการได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฟักข้าวให้อยู่ในรูปของการแฟ กำลังวางแผนจัดจำหน่ายเป็นเจ้าแรกของประเทศไทย

2) ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งออกฟักข้าวพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายของฟักข้าวแต่เดิมนั้นจำหน่ายแค่เพียงในตลาดท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดนครปฐม ต่อมาก็ได้มีหุ้นส่วนที่มีความเขียวชาญทางด้านการตลาดเข้ามาร่วมประกอบธุรกิจด้วย จึงทำให้ธุรกิจฟักข้าวสามารถขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้กว้างขึ้น จากขุนชนและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดนครปฐม เช่นสุรินทร์ค้าปลีกและระบบการจัดจำหน่ายแบบอีคอมเมิร์ซ ทำให้ลูกค้าได้สั่งซื้อสินค้า่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น ต่อมาทางบริษัทได้ทำการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศด้วยการหาผู้ร่วมลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อที่จะทำให้การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศนั้นง่ายขึ้น ปัจจุบันทางบริษัทได้ทำการจัดจำหน่ายไปยังประเทศต่างๆดังนี้ ได้แก่ ประเทศไทยคิปเรีย อินโดนีเซีย จีน เวียดนาม

3) ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจฟักข้าวพบว่า ปัญหาและอุปสรรคหลักๆของธุรกิจฟักข้าวหลักๆ ได้แก่

3.1 ในประเทศไทยฟักข้าวยังได้รับความนิยมน้อย ถึงแม้จะมีงานวิจัยรับรองถึงคุณประโยชน์ของฟักข้าวมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ สำหรับประเทศไทยการเผยแพร่คุณประโยชน์ของฟักข้าวยังทำให้คนรู้จักน้อย เมื่อนำเสนอต่างประเทศที่เห็นประโยชน์ของ ฟักข้าวยอย่างแพร่หลาย จึงทำให้ต่างประเทศนิยมบริโภคฟักข้าว แต่สำหรับประเทศไทย ฟักข้าวนิยมรับประทานเฉพาะกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่ม คนที่มีปัญหาสุขภาพ กลุ่มคนพากนี้จะมีการศึกษาทำความรู้ในเรื่องของการรักษาสุขภาพ จึงพบว่าฟักข้าวมีประโยชน์ต่อร่างกายมาก ทำให้เป็น ที่นิยมเฉพาะกลุ่มคนรักสุขภาพและกลุ่มคนที่มีปัญหาสุขภาพ ส่งผลให้ฟักข้าวไม่ได้เป็นนิยมในตลาดที่มีการยอมหรือไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่

3.2 ปัญหาหลักในด้านการพัฒนาธุรกิจ คือ เงินทุน บริษัทไม่เงินทุนการส่งเสริมการขายและการตลาดน้อย ส่งผลให้การโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์สินค้ามีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ จึงทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ฟักข้าวน้อย

3.3 ปัญหาด้านบุคลากรคือ การขาดพนักงานที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำงาน โดยพนักงานส่วนใหญ่ในบริษัทจะมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปฐมศึกษาปีที่ 4 จึงทำให้ขาดศักยภาพในการทำงานในระดับที่สูงขึ้น ส่งผลให้การพัฒนาบริษัทเป็นไปได้อย่างล่าช้า

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ธุรกิจฟักข้าว บริษัท อายรุตต์ จำกัด ขาดเงินทุนในด้านส่งเสริมการขายและการตลาด ทำให้ช่องทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สินค้าน้อย ส่งผลให้การกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฟักข้าวไปถึงผู้บริโภคได้น้อย ดังนั้นทางบริษัทควรเปิดช่องทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพิ่ม เช่น ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม(Instagram), ทำสื่อเว็บไซต์ของเล่าถึงผลิตภัณฑ์ฟักข้าว ผ่านยูทูป (Youtube) การเริ่มโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่สะดวก ประหยัดค่าใช้จ่าย และผู้บริโภคได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคได้เห็นและรู้จักตัวผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในเรื่องเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำมาใช้ในการผลิตและการแปรรูป เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดที่มาของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นกว่าเดิม
2. ควรนำข้อมูลการบริโภคสินค้าของลูกค้ามาใช้ในการทำวิจัย เพื่อได้ทราบถึงความคิดเห็นของลูกค้า ว่าลูกค้ามีความคิดเห็นอย่างไรเพื่อเข้าใจความต้องการของลูกค้าและปัญหาที่เกิดในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รสชาติ ราคา รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Coen Reijntjes, Bertus Haverkort and Ann Water-Bayer. เกษตรยั่งยืน วิถีการเกษตรเพื่ออนาคต. แปลจาก Farming for the Future. วิชัย ปัญญาภุค. พิมพ์ครั้งที่ 3. บริษัท วี.พรินท์ จำกัด : มูลนิธิสายใยแผ่นดิน, 2556
กรณ์กาญจน์ ภmrประวัติ. พักข้าว ฟักที่นึ่งบ้านมากคุณค่า.— กรุงเทพฯ : หมอยาบ้าน, 2556
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. ครัวของโลก.—กรุงเทพฯ : โรงพยาบาลพิมพ์อักษรไทย, 2547
นิศา ชูโต. การวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แม่ที่สืบ夷ท์ บจก, 2545
ปรัชتن ศุภนิติโยธิน. เทคโนโลยีผักและผลไม้.—กรุงเทพฯ : โลเดียนส์เต็ร์, 2556
ภาณี กาญจนากา. หลักการตลาด.—กรุงเทพฯ : พิมพ์ท้อป, 2554
ภาณี กาญจนากา. หลักการตลาด.—กรุงเทพฯ : พิมพ์ท้อป, 2554
ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. หลักการตลาด.—กรุงเทพฯ : พิมพ์ท้อป, 2555
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2560. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12(ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.nesdb.go.th> เข้าสืบค้น 5 เมษายน 2560
สุทธิชัย ปทุมลงทอง. อุดยอดยานหัวรรย ผักที่นึ่งบ้านต้านโรค พักข้าว มะเขือพวง.—กรุงเทพฯ : พลกู้ด, 2548
สุชาติพ ภmrประวัติ. 2560. พักข้าว อาหารด้านมะเร็ง (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.doctor.or.th/article/detail/1060>
เข้าสืบค้น 8 เมษายน 2560
อิมเมจ เอ็นเตอร์ไพรส์. กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มกำไร.—ขลบุรี : อิมเมจ เอ็นเตอร์ไพรส์, 2549