



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 | ผู้อธิการและประธานผู้ทรงคุณวุฒิ | ผู้อธิการและหัวหน้าบัญชี และพัสดุ | ผู้อธิการและหัวหน้าบัญชี และพัสดุ | หมายเหตุ |
|-------|--------------------------------|-----------------------------|-----------|---------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------|
| 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 เจริญพรพยานนท์ | | ✓ | | | ✓ | | |
| 7 | อาจารย์ณรงค์เดช มหาศิริกุล | ✓ | ✓ | | | | ✓ | ✓ |
| 8 | ดร.พัฒนพงษ์ โตภาคาม | ✓ | ✓ | | | | | |
| 9 | อาจารย์ณรงค์ เกียรติคุณวงศ์ | ✓ | ✓ | | | | | |
| 10 | ผศ.ดร.ศิริวัช ศรีโภคางกุล | | ✓ | | | | | |
| 11 | ดร.วิชณุ สุเมตรสารค์ | | ✓ | | | | | |
| 12 | อาจารย์ ศิริศักดิ์ เหล่าจันทร์ | | ✓ | | | ✓ | | |
| 13 | อาจารย์ อจิรภัสส์ เพียรบุนทด | | ✓ | | | | | |
| 14 | นายเฉลิมพงษ์ พงษ์ประชา | | * | | ✓ | | | |
| 15 | นางสุภาวดี แก้วคำแสน | | | ✓ * ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |

หมายเหตุ: = ประธานกรรมการ ✓ = กรรมการ * = กรรมการและเลขานุการ

| ลำดับ | ชื่อ-สกุล | ที่ปรึกษาและผู้ช่วยอธิการบดี | ฝ่ายเลขานุการและประธานงาน | ฝ่ายวิชาการ | ฝ่ายติดต่องรับ พัสดุ การ แผลงประชาสัมพันธ์ | ฝ่ายสังคมทั่วไปยุทธศาสตร์และประเมินผล | ฝ่ายกิจกรรมนักศึกษา | ฝ่ายเอกสารสถานที่และยานพาหนะ | ฝ่ายมหาวิทยาลัยและสวัสดิการ |
|-------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------|-------------|--|---------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 16 | นางสาวจิตราลักษณ์ 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 | นายพิพัฒน์ นาคากุญจรติภัทร์ | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| 28 | นางปวีณา สุวรรณไตรรย์ | | | | | * | | | |
| 29 | นายพีชานนท์ ธนาดา | | | | | | ✓ | ✓ | |
| 30 | นายณัฐพงษ์ วัฒนบูตร | | | | | | * | | |
| 31 | นายพิสิทธิ์ ทำวารปี | | | | | ✓ | * | | |
| 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

กระบวนการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากนมแพะ

กรณีศึกษา: สุริยะฟาร์ม ตำบลสีคิ้ว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

The process of value-added products And Distribution channel from Goat milk dairy product

Case study :Suriya Farm Sikhio district Nakhonratchasima province

สุทธิรักษ์ บัวหอม (Sutthirak Buahom)* ธนาชัย วีร์วัฒนาันนท์ (Tanachai Veerawattananun)* พิพัฒ์ พิริวงศ์(Pitak Siriwong)**

* นักศึกษา สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Student of Marketing major , Faculty of Management Science, Silpakorn University.)

** รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Assoc. Prof. Dr. Faculty of management science, Silpakorn University, THAILAND)

บทคัดย่อ

การวิจัยกระบวนการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากนมแพะจากการศึกษาการผู้ประกอบการของสุริยะฟาร์ม คือ นางวีรินทร์ สารัญจิต เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลรอง คือผู้ประกอบการอื่นๆ จำนวน 3 ราย และลูกค้า จำนวน 10 ราย ผลปรากฏดังนี้ผู้ประกอบการเป็นเกษตรกรที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่ออย่างมากจากนมแพะด้วยความร่วมมือจากมหาวิทยาลัย เดิมผู้ประกอบการเลี้ยงแพะเพื่อจำหน่ายสายพันธุ์แพะและน้ำนมแพะ สุริยะฟาร์มนี้มีความแตกต่างในด้านส่วนผสมที่ใช้สำหรับผลิตเครื่องสำอางในประเทศไทย โดยใช้น้ำนมแพะที่ได้จากแม่แพะเป็นส่วนประกอบรายแรกของประเทศไทย สุริยะฟาร์มเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ปัญหาคือขาดความรู้และเงินทุน จึงแก้ปัญหาด้วยการสร้างองค์ความรู้ใหม่ร่วมกับมหาวิทยาลัย ลดต้นทุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใช้เงินทุนจากการสนับสนุนของรัฐเพื่อพัฒนางานวิจัย เป้าหมายขององค์กรคือทำให้ผลิตภัณฑ์ถูกต้องตามมาตรฐาน 100 มิลลิลิตร ผลิตภัณฑ์ นมอัดเม็ดและนมผงซึ่งสำเร็จรูปพร้อมดื่ม เป็นการแปรรูปสินค้าให้สามารถเก็บได้ในระยะเวลาหนึ่นโดยผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้ 1 ปี ปัจจุบันมีเครื่องสำอางจากนมแพะทั้งหมด 10 ชนิด และ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ 2 ชนิดซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของสุริยะฟาร์ม มี 3 ช่องทาง คือ การจัดแสดงสินค้าที่งานนิทรรศการ การจำหน่ายสินค้าทางอินเตอร์เน็ต และการจัดจำหน่ายที่ฟาร์ม ผู้บริโภคจะนิยมซื้อสินค้าจากงานนิทรรศการ อินเตอร์เน็ต และจากการจัดจำหน่ายที่ฟาร์ม ตามคำดับ เทคโนโลยีช่วยทำให้ลดขายเดินໂตกัน การรักษาฐานลูกค้าโดยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า ลูกค้านำไปบอกรับและกลับมาซื้อซ้ำ เทคนิคในการขายคือการจัดแสดงแพะในงานจัดแสดงสินค้า การอธิบายสรรพคุณของสินค้า ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ทดลองชิม ให้ส่วนลดกับลูกค้า และการให้สินเชื่อกับลูกค้าเก่า

Abstract

The research process of increasing the value of products and distribution channels of goat's milk products from case study of Suriya farm's entrepreneur, Mrs. Veerin Saranjit as key informant and secondary informant are other 3 operators and 10 clients as follows: The entrepreneur is a farmer who develops goat milk products in cooperation with the university. Originally, The entrepreneur pet goat to distribution goat and goat milk. Suriya farm are different in terms of ingredients used for cosmetics in Thailand. Suriya farm is small entrepreneurs. The problem is lack of knowledge and capital. The problem was solved by building a new knowledge base with the university, reducing product development costs by using state funding to develop research. The goal of the organization is to make the product become a souvenir from Thailand. Processing add value to the product. Goat milk processing to new product is the use of raw materials to make goat milk cosmetics worth 7.49 times compared to the value of pre-processed products in 100 ml products. Milk pellets and

powdered milk can be stored for a long period of time, the product can be stored for 1 year. Currently there are 10 goat's milk cosmetics and 2 other products. The distribution channels of Suriya farm have 3 channels: Trade show at the exhibition show, internet distribution and distribution at the farm. Consumers will buy products from the exhibition more than internet and buy from Internet more than distribution at the farm. Using technology make to sales growth. Maintaining customer base by maintaining product quality. Make a good brand loyalty, word of mouth and come back to repurchase. Techniques of selling is displaying goats at exhibition show, explain the properties of the product, have trial products, give discounts to customers and have promotion to old customers.

บทนำ

เพ费เป็นสัดว์คือชาวอี่องบนาดเล็ก เพ费ที่เดี้ยงในภาคใต้ คิดเป็น 47.6 % บันทึกของหลวงสุวรรณฯ กอกศิกิจ เมื่อปี พ.ศ. 2491 กล่าวว่าเพ费ที่เดี้ยงในประเทศไทยเป็นเพ费เบงกอล มาจากประเทศไทยเดียว จากนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2493 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงนำเข้าเพ费พันธุ์ชาแนน จากประเทศไทยเดนมาร์ก จำนวน 7 ตัว จำนวน 3 ครั้ง และการเดี้ยงเพ费 เพื่อนำเข้ามาเพ费พันธุ์ชาแนน ให้ทดลองผลพันธุ์เพ费พันธุ์เมืองเข้ากับพันธุ์ชาแนน ผลจากการวิจัยพบว่าเพ费ลูกพันธุ์ชาแนน 50% จะไม่เกิดผลการทบท่อการผลิตน้ำมันเพ费 แต่หากจะเดือดของเพ费สูง เกินไปจะทำให้เกิดความอ่อนแองร่างกายเพ费 พยาธิที่พัฒนาในเพ费พันธุ์เมืองคือพยาธิตัวกลมในทางเดินอาหาร โอดอชิส ในทางเดินเรื้อบิด โดยรวมแล้วประเทศไทยมีการเพิ่มน้ำหนักตัวที่เด็กกว่าเพ费ลูกพันธุ์เมืองคือ มีสัดส่วนเนื้อแดงอยู่มากและมีความทันทันต่อ พยาธิ(วินัย ประคุณทักษิณ , ชนา สุภารัตน์ , 2555)

การเดี้ยงเพ费 ทั้งเพ费เนื้อและเพ费นนในจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อการนำผลผลิตออกนาเพื่อการจำหน่าย ต้นทุนผู้ผลิตในการเดี้ยงเพ费ค่อนข้างสูง การเดี้ยงเพ费ที่ทำให้เกิดจุดศูนย์ทุนคือ การเดี้ยงเพ费ให้มีน้ำหนักเฉลี่ย 17.1 กิโลกรัมต่อ 1 ตัว และมีราคาขายเฉลี่ยต่อตัวอยู่ที่ 7,000 บาท การพัฒนาโดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม ในเพ费เนื้อ การจัดจำหน่ายมี หลากหลายรูปแบบ ทั้งอาหารหมัก อาหารแปรรูป อาหารกระป่อง เนื้อเพ费แปรรูป รวมถึงเพ费ที่ยังมีชีวิตอยู่ ด้านการผลิตเพ费นน มีรูปแบบการผลิตเป็นน้ำพานาชาติ หรือ “ไช” พร้อมดื่ม เครื่องสำอาง โยเกิร์ต รวมทั้งไอศรีนจากนนเพ费 และมีกลยุทธ์การตลาดที่ ต่างจากเพ费นี้ แพเฟนนมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สร้างความเชื่อและคุณประโยชน์จากนนเพ费 ด้านเพ费เนื้อใช้กลยุทธ์ เพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย และการสร้างเครือข่าย ผู้บริโภคที่เป็นชาวไทยมุสลิม ให้ความนิยมบริโภคเพ费จำนวนมาก ปัจจุบัน หลักคือ เกษตรกรยังขาดความรู้ การตลาด การวางแผน (ชูตา แก้วละอียด, 2558)

ชาวชนบทอีสานมีการประกอบอาชีพแบบผสมผสาน ใน 10 ปีที่ผ่านมา การเป็นผู้ผลิตสมัยใหม่ โดยการนำ เทคโนโลยี มาเพิ่มนูลค่าให้ผลผลิตแต่ยังคงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และด้วยความร่วมมือและสนับสนุนของภาครัฐ และชั้นใน ลงทะเบียนการผลิตเพื่อนำมาบริโภคเอง การเดินทางของตลาดและวัฒนธรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่ เปลี่ยนวิธีการประกอบอาชีพ ของคนอีสาน ชาวนาอยุ่กใหม่ใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการทำเกษตร ชาวอีสานเข้าสู่ชีวิตของสังคมหลังชาวนา ซึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างของวัฒนธรรมประเพณีบางส่วน แต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นเกษตรกรในบางด้าน โดยเฉพาะเรื่อง ประเพณี คนอีสานประกอบอาชีพสมรรถว่างการผลิตเพื่อบริโภค และการผลิตเพื่อการขาย พยายามเพิ่มคุณค่าผลผลิต เมื่อรายได้หลักจะมาจากการทำงานอื่นๆ แต่ยังคงไว้ซึ่งการเกษตรและการหาอาหารจากแหล่งอาหารในธรรมชาติเพื่อสำน้ำ บริโภค ในขณะที่คงไว้ซึ่งนวนประเพณีในอดีตบางส่วนไว้(นภาพร อติวนิชยพงศ์ , 2557)

การจัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้าขุกใหม่ (NEA) เพื่อสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลตามวิสัยทัศน์ ไทยแลนด์ 4.0 เพื่อรองรับดุลและมุ่งเน้นการใช้หัวตกรรมและเทคโนโลยีประกอบการต่อยอดของธุรกิจไทย การค้าสู่ขุก อุตสาหกรรมและการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มนูลค่าของธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและช่องทาง การจัดจำหน่าย การจัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้าขุกใหม่ ใช้การเรียนรู้งานจากการประสบความสำเร็จของ Alibaba จากการประสบความสำเร็จในการซื้อขายหรือเกย์ตกรและผู้ประกอบการรายเด็ก ในชุมชนห่างไกลให้สามารถการ ทำธุรกิจการค้าทางออนไลน์ และนำมารับใช้และพัฒนาให้กับผู้ประกอบการในเมืองไทย ทั้งนี้เพื่อรับรองรับเศรษฐกิจขุกใหม่ ที่เข้มเศรษฐกิจภายในประเทศไทยไปยังเศรษฐกิจโลก (กระทรวงพาณิชย์ , 2560)

จากข้างต้นสุริยะฟาร์ม เป็นฟาร์มเพfenanขนาดเล็กตั้งอยู่ที่ ตำบลสีคิ้ว อําเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย ด้วยการบริหารงานของนางวีรินทร์ สารัญจิต ซึ่งพัฒนาจากเกษตรกรสู่

ผู้ประกอบการยุคใหม่ นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ประกอบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และเพื่อการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค ผู้ประกอบการได้ดำเนินแนวทางของธุรกิจที่จะก้าวไปสู่ผู้ประกอบการยุค 4.0 ตามนโยบายของรัฐ ปัจจุบันประเทศไทยมีพิธีองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่ข้าว่าเป็นผู้ประกอบการ 4.0 อย่างเต็มรูปแบบ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของสุริยะฟาร์มคือ นำน้ำนมของแพะที่ได้มาริ่บประรูปเป็นเครื่องสำอาง นมอัดเม็ด และนมผงซึ่งพร้อมดื่ม ซึ่งการศึกษาแพะนั้น และการแปรรูปน้ำนมแพะในประเทศไทยยังมีไม่นาน ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาระบวนการเพิ่มมูลค่าและการจัดจำหน่าย รวมทั้งแนวความคิด และประวัติของผู้ประกอบการธุรกิจสุริยะฟาร์ม เพื่อเป็นแนวทางความสำเร็จในการพัฒนา ความก้าวหน้าของการเกษตรไทยสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ยกระดับผู้ประกอบการไทย และพัฒนาเศรษฐกิจ ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์

- 1.เพื่อศึกษาประวัติ ข้อมูลพื้นฐาน ปัญหาและจุดนุ่งหมาย การดำเนินงานพัฒนาและเติบโตของกิจการ
- 2.เพื่อศึกษาดึงกระบวนการเพิ่มมูลค่าของสินค้าจากวัสดุคงเหลือให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น
- 3.เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมแพะ ของสุริยะฟาร์มจังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตของการวิจัย

1.ขอบเขตด้านประชากร การศึกษานวัตกรรมการแปรรูปและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากนมแพะ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นางวีรินทร์ สารัญจิต เจ้าของธุรกิจสุริยะฟาร์ม ผู้ให้ข้อมูลรอง คือ ผู้ประกอบการรายอื่น ที่เคยร่วมงานกับผู้ให้ข้อมูลหลักและสุริยะฟาร์ม ผู้บริโภค

2.ขอบเขตด้านเนื้อหาทฤษฎีที่ใช้ในการประกอบการวิจัยใช้การเก็บข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม การลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูล แนวคิด ประสบการณ์ แนวคิดด้านการปรับปรุงและแปรรูปผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของนางวีรินทร์ สารัญจิต เจ้าของธุรกิจสุริยะฟาร์มและแบรนด์เครื่องสำอาง ALICE

3.ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย อำเภอศรีวิชัย จังหวัดนครราชสีมา

4.ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษาการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายมีระยะเวลาในการศึกษา 5 เดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2560

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์หรือการวิเคราะห์ SWOT เป็นประโยชน์ต่อการนำไปตั้งเป็นนโยบาย และกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร และนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์และนำเสนอให้บริหาร การวางแผนกลยุทธ์ สามารถกำหนดความสำคัญของเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ การวิเคราะห์ปัญหา และช่วยสร้างกระบวนการเรียนรู้ใหม่ ปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นในการวิเคราะห์ SWOT คือ ภูมิหลังของผู้ประกอบการ และ จุดเด่นที่เกิดจากลักษณะเฉพาะของธุรกิจ SWOT Analysis มีส่วนประกอบสำคัญที่ต้องวิเคราะห์ดังนี้ จุดแข็ง(Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เป็นเครื่องมือการประเมินสถานการณ์อย่างทั่วไปในและนอกองค์กร เพื่อกำหนดกลยุทธ์การวางแผนองค์กรในอนาคต (สมชาย คิจบรรยง , 2558)

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นปัจจัยที่นักการตลาดใช้เป็นเครื่องมือวิเคราะห์เพื่อบรรจุ วัตถุประสงค์ที่ทำการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ที่เน้นการจัดการสินค้าและบริการ การกำหนดให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการ ค้นหาความต้องการและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนักการตลาดจะต้องเข้าใจสิ่ง ที่ผู้บริโภคคาดหวัง การผลิต แนวโน้ม และผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการในอนาคต
2. กลยุทธ์ด้านราคา เป็นกระบวนการ การตั้งราคาที่เหมาะสม ตามสถานการณ์ ดำเนินถึงปัจจัยภายนอก ความ ต้องการ และการเปรียบเทียบกับคู่แข่งขัน
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดแผนการนำผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค ช่องทางการจัด จำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคในระยะเวลาที่เหมาะสม
4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด การกำหนดกิจกรรมเพื่อดึงดูดผู้บริโภค โดยการส่งเสริมการตลาด เช่น การ ทำโฆษณา การแจกใบปลิว การให้ส่วนลด การให้ความรู้ หรือการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อยุ่งใจ เพื่อเตือนความจำ หรือเพื่อเพิ่มยอดขาย (นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร , 2558)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วนิดา โอศิริพันธ์ และ กั่งมล ลีดาจารุวรรณ (2557) พบข้อมูลจากการศึกษาว่า นมแพะเป็นแหล่งโปรตีนมากกว่า นมโค และมีคุณสมบัติใกล้เคียงนมโค มีเม็ดไขมันขนาดเล็กกว่านมโคที่ทำให้ร่างกายดูดซึมได้ง่าย นมแพะไม่มีการแยกชั้น ของไขมัน จึงสามารถละเว้นกระบวนการโซโนมิจีในชั้นหนาของสำหรับแปรรูป นมแพะ 100 มิลลิลิตร ให้พลังงาน 67 กิโล แคลอรี่ มีไขมันและ โปรตีนสูง มีไขมันและโปรตีนขนาดเดียวกันให้ย่อยง่ายกว่านมโค 6 เท่า pH อยู่ระดับ 6.4 – 6.7 มี แคลเซียมและโพแทสเซียมช่วยป้องกันกระดูก ใช้รักษาโรคโภชิตาง และหนาแน่นกระดูก น้ำนมแพะเป็น ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม เมื่อเติมน้ำตาล 12% ผู้บริโภคยอมรับมากที่สุด และเมื่อเก็บในอุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส สามารถอยู่ได้นานกว่า 15 วัน

พัชรินทร์ ภักดีภัณวนและปั่น จันจุพา (2559) พบข้อมูลจากการศึกษาว่า กสิเซอร์น เป็นสารที่เกิดจากการผลิตไบ โอดีเซล มีค่าต่ำ จึงเหมาะสมที่จะนำมาเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์เพื่อทดแทนทุนอาหาร ใน การทดลองผสมกสิเซอร์นลงใน อาหารของแพะน จึงควรคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคุณภาพน้ำนมของแพะ การทดลองผสมกสิเซอร์นในอาหารของ แพะนี่ส่วนทำให้องค์ประกอบของไขมันและน้ำตาลของนมแพะ ต่อการผสม CG บริมาณ 5% มีสัดส่วนสูงที่สุด เมื่อนำน้ำนม แพะเก็บไว้ในระยะเวลา 3 เดือน ที่อุณหภูมิห้อง พนการเปลี่ยนแปลงของตะกอนและสีในน้ำนมแพะที่เติม CG 5% ซึ่งมีตัว แปรควบคุมคือ การนำน้ำนมแพะไปสแต็ฟไ/do ส์ในอุณหภูมิ 116 องศาเซลเซียส จากการทดลองเติม CG ลังผลต่อคุณภาพของ น้ำนมแพะในระดับต่ำ อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

ณัฐชา ประวัติปัทม์กุล (2555) พบข้อมูลจากการศึกษาว่า ค่านิยมทำให้คนหันมาสนใจเรื่องการดูแลตนเอง เครื่องสำอาง จึงเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้หญิงสนใจการดูแลตนเอง ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นปัจจัยหนึ่งในการดำรงชีพ ของมนุษย์แต่ก็เป็นส่วนเติมเต็มความสุขให้กับผู้หญิงมา许านาน ปัจจุบันบุคคลากรวิทยา ทำให้เกิดความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีมากขึ้น จึงทำให้เกิดความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้าและบริการผ่านโลกออนไลน์สูงขึ้น พบว่า โดยส่วน ใหญ่แล้วผู้บริโภคจะซื้อเครื่องสำอาง 1 ครั้งต่อเดือน และมักจะไปซื้อเครื่องสำอางที่ห้างสรรพสินค้า มีความซื้อสัตย์ในตรา สินค้าค่อนข้างสูง หากใช้แล้วเกิดผลดีจะนำไปบอกต่อผู้อื่น แต่หากเกิดอาการแพ้แพ้อาจจะไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต่อไป และ บางส่วนเมื่อแพ้แล้วจะไปปรึกษาแพทย์ และรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางผ่านโทรศัพท์มือถือสื่อสิ่งพิมพ์

การค้นหาข้อมูลของผู้บุริโภค เมื่อเกิดปัญหาต่อการตัดสินใจ ผู้บุริโภคจะแสวงหาข้อมูลต่างๆ จากนั้นจึงวิเคราะห์ทางเดี๋ยวกันข้อมูลที่ได้รับ ขั้นตอนการตัดสินใจซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ผู้บุริโภคตัววนไปใหญ่จะคำนึงถึงราคา และการส่งเสริมการขายของแต่ละรายที่ห้อ ก่อนเดี๋ยวกันตัดสินใจซึ่งสินค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องกระบวนการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำมันแพะของสุริยะฟาร์ม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำมันแพะให้เกิดมูลค่าเพิ่มและศึกษาช่องทางในการขยายสินค้าผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่า และเป็นแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการในยุคไทยแลนด์ 4.0 งานวิจัยชนิดนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้วิธีการเจาะจง การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากเรื่องเต่า (Narrative Approach) อัตชีวประวัติ (Autobiography) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก(Purposive Selection) คือ นางวิรินทร์ สรายุจิ เจ้าของธุรกิจสุริยะฟาร์ม ฟาร์มน้ำนมแพะ หรือเจ้าของแบรนด์เครื่องสำอาง ALICE

2. ผู้ให้ข้อมูลรอง คือ ผู้ประกอบการสินค้ารายอื่น จำนวน 3 ราย ลูกค้า จำนวน 10 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และเตรียมแนวคำถามที่ใช้เก็บบันทึกจากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล โดยมีกรอบความคิดจากวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถาม และใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้ สมุดจดบันทึกปากกาคล้องบันทึกพาร์ตี้ไอยແລກภาพนิ่ง อุปกรณ์บันทึกเสียง และตัวผู้วิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ศึกษา (Secondary Data) จากแหล่งข้อมูลทางวารสารวิชาการ หนังสือ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าของสินค้า การวิจัยคุณภาพของน้ำนมแพะ การประกอบอาชีพของประชาชน ท่องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้ครอบคลุมการศึกษาการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากน้ำมันแพะ ของสุริยะฟาร์ม ฟาร์มน้ำนมแพะ
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเรื่องเล่าจากประสบการณ์ ของผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลรอง เพื่อประกอบการศึกษาและใช้การตอบสนับสัมภาษณ์จากอุปกรณ์บันทึกเสียงแบบคำต่อคำ (Verbatim)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2559) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล(Data Triangulation) สามารถตรวจสอบจากผู้ให้ข้อมูล สถานที่ ระยะเวลา ในช่วงเดียวกันหรือต่างกัน มีความเหมือนกันของข้อมูลหรือไม่ วิธีการตรวจสอบข้อมูลนั้นสามารถตรวจสอบจากข้อมูลที่ขอบนึก การบันทึกเสียง และการบันทึกวีดีโอและ การตรวจสอบสามเส้า ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation)สามารถตรวจสอบจากความแตกต่างของข้อมูลจากการจดบันทึกของผู้วิจัยแต่ละคน หากข้อมูลที่ได้เหมือนกันจึงเป็นการพิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นเชื่อถือได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชนิดนี้เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนาโดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยสามารถวิเคราะห์ได้จากการแบ่งประเภท และเปรียบเทียบเนื้อหา โดยแบ่งได้จากแหล่งที่มาและสาระที่ได้จากข้อมูล
2. การถอด淳ทสัมภาษณ์จากอุปกรณ์บันทึกเสียงแบบคำต่อคำ (Verbatim)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องกระบวนการเพิ่มนักค่าผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำมันพะ ของสุริยะ พาร์ม จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ประวัติ ข้อมูลพื้นฐาน ปัญหาและจุดมุ่งหมาย การดำเนินพัฒนาและเดินต่อของกิจการ สุริยะพาร์ม จังหวัดนครราชสีมา พบว่า เดิมเป็นฟาร์มโคนม เริ่มเลี้ยงแพะเมื่อปี พ.ศ. 2539 เริ่มแรกเลี้ยงแพะเพื่อจำหน่ายพันธุ์ แต่น้ำนมพาสเจอร์ไรส์ต่อมาเริ่มแปรรูปสินค้า เพราะแพะที่เลี้ยงมีปริมาณมากขึ้น จึงแปรรูปผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย โดยใช้นมของแพะเป็นตัวน้ำประทوبหลัก จุดแข็งของธุรกิจ คือ ได้รับมาตรฐานฟาร์มปลอดโรค ระดับ A จากกรมปศุสัตว์ ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน เพราะได้ทดสอบคุณภาพโดยงานวิจัยก่อนจัดจำหน่าย จำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจำนวนไม่นาน คุณภาพสูง จุดอ่อน คือ บริษัทยังไม่มีชุมทางด้านเงินทุน ไม่เพียงพอที่จะพัฒนาและต่อยอด แนวทางแก้ไขจากปัญหาที่เกิดขึ้น คือการพัฒนาองค์ความรู้ ต่างๆ ร่วมกับมหาวิทยาลัย จากยอดขายที่ผ่านมาเดินต่อเพิ่มขึ้นทุกปี และมีโอกาสที่จะสามารถเดินต่อขึ้นในอนาคต ได้อีกมาก อุปสรรคเรื่องแรกเกิดขึ้น เพราะเป็นเกษตรกรที่ขาดความรู้ จึงต้องใช้การลงพิดลงถูก ทำให้เกิดประสบการณ์ วิธีแก้ปัญหา การขาดองค์ความรู้ คือเข้าร่วมโครงการอบรม และหลักสูตรต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการ จากโครงการของรัฐบาล เพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาต่อขอบเขตธุรกิจระทั้ง ได้รับรางวัลผู้พัฒนาต่อยอดธุรกิจ NEC Awards จากกระทรวงอุตสาหกรรม Best Practice จาก สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) และงานประกวดสินค้าประจำจังหวัดนครราชสีมา สุริยะพาร์ม ได้รับรางวัลชนะเลิศ การจัดอันดับเป็นผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งในสิบหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ ดาว ของอำเภอศรีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมาซึ่งปัจจุบันถือได้ว่าประสบความสำเร็จในธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลาง เป็นอย่างมากในอนาคต คือ ต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียง ชาตต่างชาติรับรู้ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นของฝากจากประเทศไทย บุคลิกของนางวีรินทร์ สารญจิต เจ้าของธุรกิจสุริยะพาร์ม พาร์มน้ำนมพะ หรือเจ้าของแบรนด์ เครื่องสำอาง ALICE เมื่อสอบถามจากผู้ประกอบการรายอื่นและผู้ที่เคยร่วมงานพูดว่า เป็นผู้มีอัตลักษณ์ ใจดี เป็นมิตรกับผู้อื่น เข้ากันผู้อื่น ได้ง่ายและไว้ใจได้

2. กระบวนการเพิ่มนักค่าจากวัตถุดิบหลักให้มีนักค่าเพิ่มขึ้น โดยการแปรรูปน้ำนมเป็นผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางน้ำอัดเม็ดและนมผงชงพร้อมดื่ม ด้วยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยขอนแก่น คณะเภสัชศาสตร์ และงบสนับสนุนการวิจัยจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งชาติ(สวทช.) เพื่อผลิตสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เพื่อผลิตสินค้าประเภทน้ำอัดเม็ด และนมผงชงพร้อมดื่ม การตรวจสอบน้ำนมดิบจากฟาร์มน้ำนมพะ มีคุณภาพดี ดูดซึมน้ำได้ดี ร่างกายได้รับประโยชน์ที่ดี ภายในน้ำนมมีส่วนผสมของกรดไขมันจำเป็น ต่อร่างกายช่วยลำไส้เดिय์วิตามินเอและอี และมีแคลเซียมสูงช่วยเพิ่มการทำงานของเม็ดเดือดขาวมีโปรตีนสูง ช่วยเพิ่มนูนกัน สุริยะพาร์ม เป็นฟาร์มแรกในประเทศไทยที่นำน้ำนมพะมาเป็นส่วนประกอบของเครื่องสำอาง รวมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับเครื่องสำอางทั้งหมด 10 ชนิด คือ ครีมบำรุงผิวน้ำนมพะ แพทสมทองคำ ทูน้ำนมแพทสมทองคำ ครีมกันแดด น้ำนมแพทสมร่องพื้น ครีมบำรุงผิวน้ำนมพะ โลหัตบำรุงผิวน้ำนมแพท ทูน้ำนมแพท ครีมบำรุงผิวรอบดวงตา ทูน้ำนมแพท ครีมกันแดดน้ำนมแพท ครีมอาบน้ำ เพื่อบริโภค 2 ชนิด คือ นมอัดเม็ด และนมผงชงพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ที่ทั้งหมดได้จากผลการวิจัย ผลิตภัณฑ์ที่ถูกค้นนิยมซื้อ คือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสีทอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำนมแพทสมทองคำ

เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสินค้าส่วนน้อยที่ใช้เครื่องจักรในการผลิตบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้รับการออกแบบจากบริษัทอื่น โดยคงความเรียบง่าย เดิมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ใช้ชื่อแบรนด์ว่า สุริยะฟาร์ม ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น ALICE โดยการตั้งชื่อแบรนด์ใหม่ช่วยดึงดูดความสนใจจากลูกค้า ปัจจุบันผลิตภัณฑ์หลักที่ทำรายได้ให้กับฟาร์มเป็นประเภทของเครื่องสำอาง สร้างความแตกต่างให้กับสุริยะฟาร์มเมื่อเทียบกับธุรกิจฟาร์มแพะนมอื่นๆเดิมจำหน่ายน้ำนมแพะพานาเจอร์ ไรส์ได้ในราคากล่อง 20 บาท ต่อปริมาณ 100 มิลลิลิตร เมื่อปรับรูปแล้วมีน้ำนมค่าสูงขึ้นคิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้น 7.49 เท่าเมื่อเทียบ ปริมาณที่เท่ากันโดยมีระดับราคาตั้งแต่ 100 – 1800 บาทต่อผลิตภัณฑ์ 1 ชิ้น ด้านผลิตภัณฑ์นั้นอัดเม็ดและน้ำผึ้งลงในกระป๋องพร้อมดื่ม เป็นการแปรรูปสินค้าเพื่อคน omnivore โดยผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้ 1 ปี

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมแพะ ของสุริยะฟาร์มจังหวัดครรภาราชศีนาพบว่า การจัดจำหน่ายแบ่งหลักเป็น 3 ช่องทาง คือ

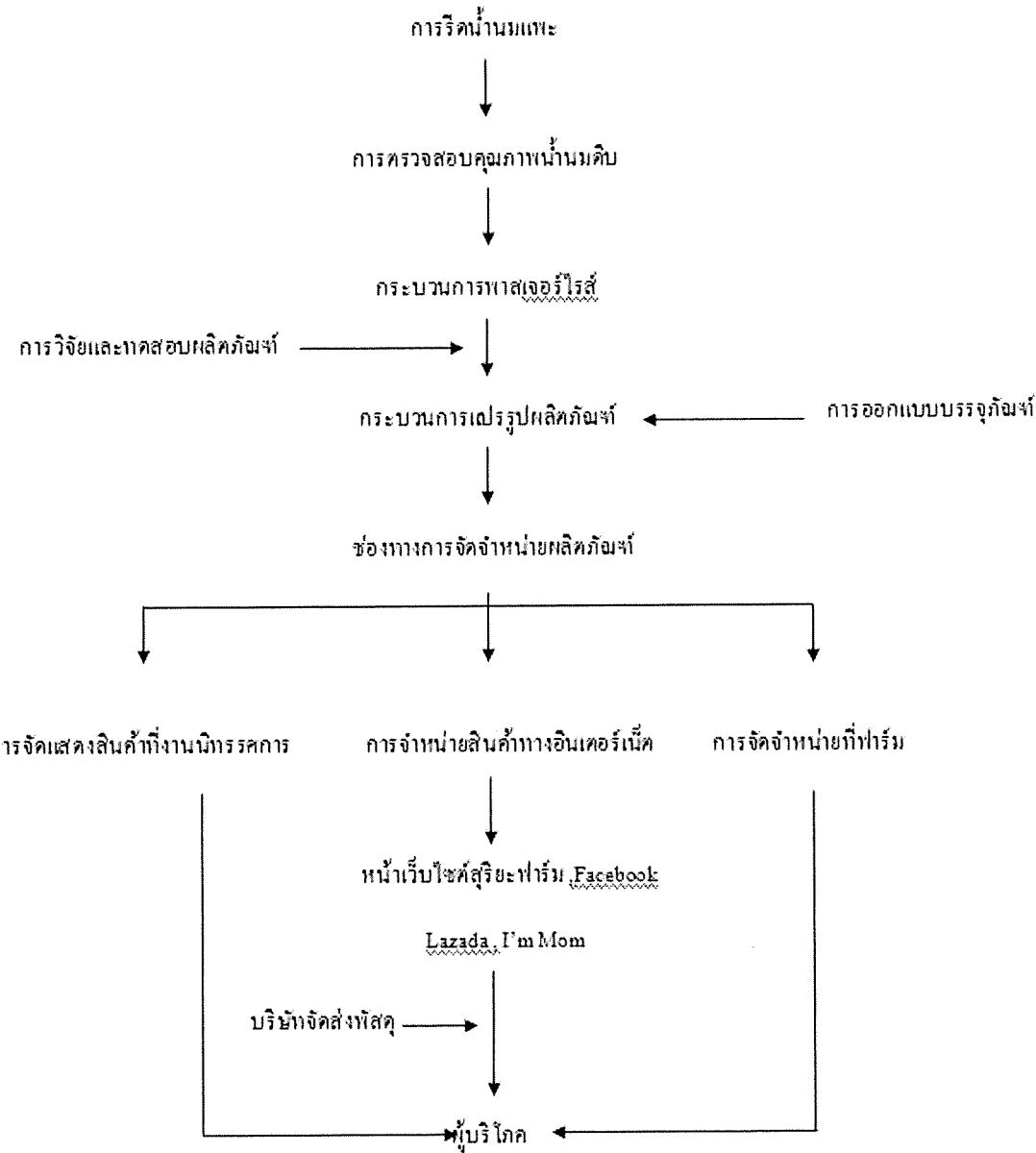
1) การจัดจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ จากการจัดแสดงนิทรรศการสินค้าตามงานแสดงต่างๆ เช่น งานภูมิใจ ภูมิปัญญาไทย ระดับโลก ประจำปี พ.ศ. 2560 จัดที่สูนย์แสดงสินค้าและนิทรรศการ เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรีงานแสดงสินค้าเกษตรที่พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น

2) การจัดจำหน่ายสินค้าจากหน้าร้านที่ฟาร์ม สุริยะฟาร์มเป็นฟาร์มปิด ผู้ที่สนใจเข้าไปเยี่ยมนั้นสามารถเข้าไปได้ที่ฟาร์ม แต่ต้องได้รับการแจ้งและอนุญาตล่วงหน้า ภายในฟาร์มเป็นทั้งแหล่งผลิตและสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าแก่ผู้เยี่ยมชม

3) การนำเทคโนโลยีมาใช้ประกอบการจัดจำหน่าย ปัจจุบันจัดจำหน่ายผ่านอินเตอร์เน็ต ในเว็บไซต์ดังนี้ Lazada , I'm mom , Facebook Fanpage และ เว็บไซต์หลักของสุริยะฟาร์ม โดยจัดส่งสินค้าผ่านบริษัทจัดส่ง ต้นทุนขายเมื่อเทียบกับราคาค่าขนส่งสูง ยอดขายเฉลี่ยปัจจุบันอยู่ที่ 1 ล้านบาท ต่อปี การนำเทคโนโลยีมาใช้จำหน่ายสินค้าส่งผลกระทบให้ยอดขายเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับอดีต

กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ก่อให้เกิดการบอกต่อและกลับมาซื้อซ้ำ การให้สินเชื่อกับลูกค้าเก่า โดยรับสินค้าก่อนและชำระเงินได้โดยรับผลิตภัณฑ์ ลูกค้าบางส่วนซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากๆเพื่อนำไปจำหน่ายต่อในต่างประเทศ เทคนิคการขาย การออกแบบจัดแสดงสินค้า นำแพะที่เลี้ยงมากัดแสดงเพื่อดึงดูดลูกค้า การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ การซื้อผลิตภัณฑ์ การอธิบายสรรพคุณของสินค้า การให้ส่วนลดค่าสินค้า โครงการขยายช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าในอนาคต คือ การจัดทำเว็บไซต์ ในประเทศไทย

กระบวนการเรียนรู้ค่าและช่องทางจัดจ้างหนี้เสียกักหักจากน้ำมันและ



อภิปรายผล

การวิจัยผลการวิจัยเรื่อง กระบวนการเพิ่มนักค้าผิดกฎหมายที่แลกซ่องทางการค้าข้าห่น่าย ผิดกฎหมายที่จากนัมแพะผู้วัยรุ่น
ได้อยกิประยุกต์การวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประวัติ ข้อมูลพื้นฐาน ปัญหาและจุดมุ่งหมาย การดำเนินพัฒนาและเติบโตของกิจการ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการเดิมเป็นเกย์ครรภ์ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยความร่วมมือจากมหาวิทยาลัย ผลิตและพัฒนาต่ออยอดจากผลผลิตคือ น้ำนมแพะ จากเดิมได้รับเงินเพื่อจำหน่ายน้ำนมและจำหน่ายหันรูฟาร์ม จุดแข็งของธุรกิจฟาร์มคือความแตกต่างของส่วนผสม

ที่ใช้สำหรับผลิตเครื่องสำอางในประเทศไทย โดยใช้หัวน้ำนม หรือนมเนื้าเหลืองที่ได้จากแม่แพะเป็นส่วนประกอบรายแรกของประเทศไทย มีการจดสิทธิบัตรทรัพย์สินทางปัญญา และมีมาตรฐานการควบคุมคุณภาพแล้วตัวร์ และการการันตีความปลอดภัยจากผลิตภัณฑ์ โดยหน่วยงานของรัฐบาล สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ในปัจจุบันธุรกิจฟาร์มเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กมีโอกาสเติบโตได้อีกมากหากมีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจฟาร์มคือขาดความรู้และเงินทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีแนวทางการแก้ปัญหาด้วยการแสวงหาความรู้และสร้างองค์ความรู้ใหม่ร่วมกับมหาวิทยาลัย ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใช้เงินทุนจากการสนับสนุนของรัฐเพื่อพัฒนางานวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างมีระบบและมีเป้าหมายที่ชัดเจน เป้าหมายขององค์กรคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ให้มีชีวิตรสและสามารถเป็นของฝากให้กับนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือการทำ SWOT Analysis ซึ่งทำให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของกิจการ โอกาสในการดำเนินธุรกิจ อุปสรรค การปรับปรุงคุณภาพของกิจการ โดยการแก้ไขจุดอ่อน ซึ่งนำไปสู่การกำหนดทิศทางและพัฒนากลยุทธ์ขององค์กร ที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายในอนาคต

2. กระบวนการเพิ่มนูกล่าของศินค้าจากวัตถุดิบหลักให้มีนูกล่าเพิ่มขึ้นการแปรรูปสินค้าช่วยเพิ่มนูกล่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และสร้างความแตกต่างให้กับสุริยะฟาร์มเมื่อเทียบกับธุรกิจฟาร์มแพะน้ำอึ่นๆ การนำน้ำมันแพะมาเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง มีนูกล่าสูงขึ้นประมาณ 7.49 เท่า ต่อปริมาณ 100 มิลลิลิตร ซึ่งเมื่อแปรรูปแล้วมีนูกล่าเพิ่มขึ้นประมาณ 749 % การตรวจสอบน้ำนมดิบจากฟาร์มพบว่า นมแพะมีคุณภาพดี คุณค่าทาง營養 ช่วยเพิ่มการทำงานของเม็ดเลือดขาวมีโปรดีนสูง กรดไขมันจำเป็นต่อร่างกายช่วยลำไส้ย่อยวิตามินอีและอี แคลเซียมและซีบีนสูงช่วยเพิ่มการทำงานของเม็ดเลือดขาวมีโปรดีนสูง ช่วยเพิ่มนูกล่าสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิดา ໂອศิริพันธุ์ และ กิ่งกมล ลีดาจารุวรรณ (2557) ที่กล่าวว่า นมแพะเป็นแหล่งโปรดีนมากกว่านมโค มีเม็ดไขมันขนาดเล็กกว่านมโคที่ทำให้ร่างกายดูดซึมได้ง่ายมีไขมันและ โปรดีนสูง นมแพะไม่มีการแยกชั้นของไขมันแคลเซียมและโพแทสเซียมช่วยป้องกันกระดูกหัก ใช้รักษารอยโรคโถหิดชา และหนาแน่นกระดูก ในการนำน้ำนมแพะมาแปรรูปเป็นเครื่องสำอาง ช่วยให้ผิวชุ่มชื้น ลำไส้ย่อยวิตามินคุณค่าเพิ่มขึ้นได้เร็ว มีกรดที่ช่วยต้านเชื้อแบคทีเรียได้ การนำน้ำนมแพะมาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ นำน้ำวัตกรรมมาใช้ร่วมกับวัตถุดิบที่มีอยู่ และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางช่วยให้น้ำนมแพะมีนูกล่าสูงขึ้น ช่วยเพิ่มรายได้และเป็นจุดขายที่ทำให้สุริยะฟาร์ม แตกต่างจากเกษตรกรผู้เดียว แพะน้ำรากขี้น ส่วนผลิตภัณฑ์นมอัดเม็ดและนมผงจะทำเรื่องรูปพร้อมดื่ม เป็นการแปรรูปสินค้าเพื่อถนอมอาหาร โดยผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้ 1 ปี เมื่อเทียบกับก่อนแปรรูปในสัดส่วนที่เท่ากัน ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง 10 ชนิด และมีผลิตภัณฑ์อื่นๆอีก 2 ชนิด

3.ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำมะพร้าว ของสุริยะฟาร์มจังหวัดนครราชสีมากลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของสุริยะฟาร์มนี้ 3 ช่องทางเพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค คือ การจัดแสดงสินค้าที่งานนิทรรศการต่างๆ การจำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ต และการจัดจำหน่ายที่ฟาร์ม โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะนิยมซื้อสินค้าจากการจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ รองมาเป็นการซื้อสินค้าจากอินเตอร์เน็ต และซื้อจากการจัดจำหน่ายที่ฟาร์มตามลำดับ อิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีในการขายส่งผลกระทบต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น การรักษาฐานลูกค้าใช้การคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ทำให้เกิดความงอกงามคึกคักในตราสินค้า ทำให้ลูกค้านำไปบอกรถต่อและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชา ประวัสดีปัทม์กุล(2555) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภค มีความต้องการซื้อสัมภาระในตราสินค้าค่อนข้างสูง หากใช้แล้วเกิดผลดีจะนำไปบอกรถต่อผู้อื่น แต่หากเกิดอาการแพ้แล้วจะไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต่อไป และบางส่วนเมื่อแพ้แล้วจะไปปรึกษาแพทย์ เทคนิคในการขายสินค้าคือการจัดแสดงเพื่อในงานจัดแสดงสินค้า ช่วยดึงดูดลูกค้า การอธิบายสรุปคุณของสินค้า ทดลองใช้

ผลิตภัณฑ์ ชิมผลิตภัณฑ์ ให้ส่วนลดต่อสูญเสีย และการให้สินเชื่อแก่สูญเสีย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ในส่วนของกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจุบัน ศรีษะฟาร์มยังคงเป็นฟาร์มระบบปิดผู้ศึกษาดูงานต้องแจ้งล่วงหน้าก่อนเข้าเยี่ยมชมและเรียนรู้ภายในฟาร์มการพัฒนาในอนาคตอาจทำได้โดยการเปลี่ยนรูปแบบเป็นฟาร์มเปิดในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเยี่ยมชมเรียนรู้และซื้อผลิตภัณฑ์การทำ เช่นนี้จะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายและประชาสัมพันธ์ให้กับฟาร์มทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษารั้งนี้มุ่งเน้นถึงการเพิ่มนูลค่าและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากนมแพะเท่านั้น การศึกษาในครั้งต่อไปอาจศึกษาด้านการศึกษาการวางแผนของผลิตภัณฑ์ในตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือการแบ่งปันผลิตภัณฑ์จากนมแพะเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆเพื่อเพิ่มนูลค่าให้กับนมแพะและเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและเกษตรกรแพะนมในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์ (2560). กระทรวงพาณิชย์ผุดสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ เข้าถึงได้จาก <http://www.moc.go.th/index.php/moc-news/2015-10-19-04-33-08/item/85879.html>
- ชูตา แก้วละอีด, (2558) “การพัฒนาการตลาดแพะเพื่อเพิ่มนูลค่าทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในจังหวัดสงขลา” คณะวิทยาการจัดการ , มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
- ณัฐชา ประวัลป์ทุม(2555) “พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบูรณ์”. จุลนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ,มหาวิทยาลัยศิลปากร. เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2555/GB/53.pdf>
- นาพร อติวนิชยพงศ์ (2557). “คนจนบทีisan กับการทำมาหากิน:ความเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย”วารสารสังคมวิทยา มนุษยวิทยา 33(2): กรกฎาคม – ธันวาคม
- นพรัตน์ ภูมิสุติสาร(2558) การจัดการการตลาด.พิมพ์ครั้งที่ 2 , กรุงเทพ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พัชรินทร์ กักดีอนวนและปืน จันจุพา (2555) “ผลของกลีเซอรีนดินในสูตรอาหารแพะต่อการใช้ประโยชน์ได้ของโภชนาะ กระบวนการหมัก สมดุลในโตรเจน และสมรรถภาพการเจริญเติบโตของแพะ” มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต หาดใหญ่ เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2560. เข้าถึงได้จาก<http://tdc.thailis.or.th/tdc/>
- วนิดา ไօศิริพันธ์ และ กิ่งกนก ลีลาจารุวรรณ (2557) “การพัฒนามเบร์เยร้อนดื่มจากนมแพะ”,มหาวิทยาลัยรังสิต. เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2560. เข้าถึงได้จาก<http://tdc.thailis.or.th/tdc/>
- วินัย ประลมพ์กาญจน์, ชนา สุกากรณ(2555)“ทิศทางงานวิจัยด้านแพะในประเทศไทย”.68 แก่นเกษตร 40 ฉบับพิเศษ 2:68-72.
- สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2559) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เข้าถึงเมื่อ 20 มิถุนายน 2560. เข้าถึงได้จาก<http://www.sms-stou.org/archives/850?lang=th>
- สมชาติ กิจยรรง (2558)กลยุทธ์การตลาดน้ำนมลาภสีที่วิเคราะห์ความสำเร็จ, กรุงเทพ: เพชรประภาก.



การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management)
“การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)
