



岩手大学
IWATE UNIVERSITY

Proceedings Book

4th CRCI & 2nd ISHPMNB 2017

*"Innovation for Social
Engagement Environment
and Enterprise: 3E"*

26 – 27 July 2017

at Chiangmai Grandview Hotel
& Convention Canter, Chiang mai, Thailand



4th Conference on Research and Creative Innovations
and 2nd International symposium on Application of High-voltage,
Plasma & Micro/Nano Bubble to Agriculture and Aquacultur



Proceedings Book

4th CRCI & 2nd ISHPMNB 2017

*“Innovation for Social
Engagement Environment
and Enterprise: 3E”*



4th Conference on Research and Creative Innovations and
2nd International symposium on Application of High-voltage, Plasma
& Micro/Nano Bubble to Agriculture and Aquacultur

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.เศรษฐ์	สัมพันธ์ทะกุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.นพมณี	โทบุญญานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภธิดา	อำทอง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.พรณระพี	อำนวยสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.พานิช	อินตะ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย	ตันท์จินานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ บุษบา	อารีย์	มหาวิทยาลัยพายัพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐสิทธิ์	สุขะหุด	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สงวนศักดิ์	ธนาพรพูนพงษ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ	ไชยชนะ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ	คุชฎี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูรัตน์	ธารารักษ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทธิชัย	อัครราชันย์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรารธนา	ยศสุข	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศรี	นนทสวัสดิ์ศรี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา	คงจรรยา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัญชา	ทองมี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์	จุมวงษ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรัชย์	อุตมอ่าง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.พัชรีวรรณ	กิจมี	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
ดร.ไพรัช	พิบูลรุ่งโรจน์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ดร.ปริญ	คงกะพัน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.นิกราน	หอมดวง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.ปวลี	ชมพูนันท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.นพวรรณ	บุญธรรม	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.อุมลักษ์ณ์	ธรรมปัญญา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.สมคิด	แก้วทิพย์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.ธีระศักดิ์	สมศักดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.กัญญณัช	ศิริธัญญา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.สุระพงษ์	ใจวงศ์ษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

แนวทางความสำเร็จในการใช้นวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษา
 มัลเบอร์รี่ บ้านสวนแม่อุ้ย อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
 The Successful Guideline in Using Innovative Marketing Promotion Case
 study: Mulberry, BaanSuanMaeAui, Banglen, Nakhon Pathom

ดนุสรณ์ มุสิกุล^{1*} จิตติพล บัวรัษฎ¹ และ นภนันท หอมสุต²
 Danusorn Musikul^{1*}, Thitiphol Buarat¹ and Noppanon Homsud²

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอบางเลน จังหวัดเพชรบุรี 76120

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอบางเลน จังหวัดเพชรบุรี 76120

¹ Student in Bachelor of Business Administration, Program in Marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn University, 1 M.3 Samprayah Sub-district, Cha-am District, Petchaburi Province 76120

² Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University, 1 M.3 Samprayah Sub-district, Cha-am District, Petchaburi Province 76120

*ผู้ติดต่อ: taetkhw43@hotmail.com, 032-594031

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการทำการตลาด บ้านสวนแม่อุ้ย 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาด การเพาะปลูก และการแปรรูปผลมัลเบอร์รี่ บ้านสวนแม่อุ้ย และ 3) เพื่อศึกษานวัตกรรมที่ส่งผลต่อการทำการตลาด การเพาะปลูก และการแปรรูปผลมัลเบอร์รี่ บ้านสวนแม่อุ้ย ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการลงพื้นที่และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้วยคำถามปลายเปิด มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 1 คน คือ วรรณภา ศรีโพธิ์ทอง ผู้ประกอบการบ้านสวนแม่อุ้ย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพ เครื่องมือจดบันทึก และ ผู้จดบันทึก ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบและกลยุทธ์ในการทำการตลาดใช้กลยุทธ์แบบขั้นบันได คือ การค่อยๆ ทำธุรกิจตามกำลังที่ทางเจ้าของธุรกิจจะทำได้ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาด คือ การที่ธุรกิจไม่พร้อมที่จะขยายเพื่อสู้กับคู่แข่งอื่น ด้านการเพาะปลูกและการแปรรูป มีอุปสรรคด้านพื้นที่ที่มีอย่างจำกัดจึงทำให้ทำการเพาะปลูกและการแปรรูปได้น้อย 3) นวัตกรรมที่ส่งผลต่อการทำการตลาดของธุรกิจมีน้อยมาก คือ ทาง Facebook เพียงอย่างเดียว ส่วนด้านการเพาะปลูก มีนวัตกรรมที่ใช้ได้แก่ เครื่องเก็บโยเกิร์ต เครื่องทำโยเกิร์ต

คำหลัก : การส่งเสริมการตลาด นวัตกรรม มัลเบอร์รี่

Abstract

The purposes of this research were to 1) study pattern and marketing strategy of Baansuanmaeau. 2) Study issues and obstacle of marketing, farming and processing of Baansuanmaeau. 3) Study innovation that effect to marketing, farming and processing of Baansuanmaeau. Researchers gathered data by going to field and interviewed informant with open end question. The informant is Wannai Sripothong, the operator of Baansuanmaeau. The collecting instruments were voice recorder, picture and video recorder, note taking and note taker. It was found that 1) pattern and marketing strategy that have been used as the step ladder strategy which operated with power of their operator have. 2) Issue and obstacle in marketing was business aren't ready to expand to fight with other competitors. In farming and processing, they has obstacle in have not enough area to expand farm that why they can farm and process less. 3) Innovation that effect to

marketing has only Facebook and production innovations that have been used was Yogurt's storage and Yogurt's Maker.

Keywords : Innovation, Marketing Promotion, Mulberry

1. บทนำ

ในปัจจุบันนี้ ประเทศไทยได้อยู่ในยุค Thailand 3.0 ที่เป็นยุคอุตสาหกรรมหนักซึ่งเป็นยุคที่เน้นการผลิตและขายส่งออกเหล็กกล้ารถยนต์ ก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ โดยใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศ เพื่อเน้นการส่งออก ในช่วงแรก Thailand 3.0 เติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันกลับเติบโตเพียงแค่ 3-4% ต่อปีเท่านั้น ประเทศไทยจึงตกอยู่ช่วงรายได้ปานกลางมาเป็นเวลากว่า 20 ปีแล้ว ในขณะที่ทั่วโลกมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงมีการพัฒนาประเทศเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ซึ่งจะทำการเปลี่ยนการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศ

ภายใน Thailand 4.0 นั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 4 อย่าง คือ 1)เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องรู้รายขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2)เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง 3)เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่ High Value Services 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและทักษะสูง [1]

จากมาตรการดังกล่าวส่งผลให้เกษตรกรจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการทำการเกษตรของตนไปสู่การนำเอา นวัตกรรมมาใช้เพื่อพัฒนาการเกษตรของตนสู่การเป็น Smart farmer เพื่อเข้าไปสู่การเกษตรที่ “ทำน้อย แต่ได้มาก” ดังนั้นขั้นตอนในการพัฒนาของยุค Thailand 4.0 มีความสำคัญสูง

“มัลเบอร์รี่” หรือ “ลูกหม่อน” เป็นต้นไม้ที่ปลูกกันอยู่ในประเทศไทยมานานแล้ว แต่รู้เพียงสรรพคุณที่ได้จากต้นไม้นี้ในการนำไปหมักไปใช้ในการเลี้ยงไหมเท่านั้น หลังจาก ที่กระแสรักษาสุขภาพได้เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ ลูกหม่อนซึ่งเป็นหนึ่งในผลไม้ที่มีสรรพคุณมากมายกลายเป็น

ที่รู้จักกันมากขึ้น โดยสรรพคุณที่ได้จากลูกหม่อน ช่วยทำให้ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ลดคอเลสเตอรอล สารต้านอนุมูลอิสระ บำรุงสมอง ป้องกันโรคมะเร็ง กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ป้องกันโรคความดันโลหิตสูง บำรุงสายตา ช่วยในการล้างพิษ เสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรง ช่วยในเรื่องระบบขับถ่าย เป็นต้น [2]

นอกจากนี้ ผลมัลเบอร์รี่ยังเป็นพืชที่ปลูกง่ายจึงส่งผลให้เกษตรกรหันมาหันมาปลูกพืชชนิดนี้ ที่เป็นการทำการเกษตรแบบรักษาสุขภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มคนที่รักษาสุขภาพของตน อีกทั้งยังมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไปในรูปแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภคได้มากขึ้นอีกด้วย เนื่องจากผลมัลเบอร์รี่กำลังเป็นที่นิยมและปลูกกันมากในหลากหลายจังหวัด แต่ที่นครปฐมนั้น บ้านสวนแม่อุ้ยที่ว่าเป็นที่เดียวที่ปลูกแล้วเริ่มมีคนรู้จักมากขึ้น พวกเราจึงเลือกที่จะลงพื้นที่ไปเก็บข้อมูล

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษา “แนวทางความสำเร็จในการใช้นวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษามัลเบอร์รี่ บ้านสวนแม่อุ้ย อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม”

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการทำการตลาดของผลมัลเบอร์รี่ บ้านสวนแม่อุ้ย จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษา ปัญหาและอุปสรรคในการทำการตลาด การเพาะปลูก และการแปรรูปของผลมัลเบอร์รี่ บ้านสวนแม่อุ้ย จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษานวัตกรรมส่งผลต่อการทำการตลาด การเพาะปลูกและการแปรรูปของผลมัลเบอร์รี่ บ้านสวนแม่อุ้ย จังหวัดนครปฐม

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม คือ การที่ประชากรหรือชุมชนสามารถเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจ ในการกำหนดนโยบายพัฒนาท้องถิ่นและมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์จากบริการ นอกจากนี้ยังให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่ามี 2 ลักษณะ คือ 1) การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เปิดกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาดังแต่เริ่มต้น

จนสิ้นสุดโครงการ 2) การมีส่วนร่วมทางการเมือง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน และโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตนและได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา [3]

3.2 แนวคิดทฤษฎีความสำเร็จ

แนวคิด “ทฤษฎีความสำเร็จ” ระบุว่า มนุษย์มุ่งจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไป โดยได้สร้างแบบทดสอบเพื่อแยกประเภทของมนุษย์ออกเป็นพวกที่มีความต้องการความสำเร็จสูงต่ำ เรียกว่า Thematic Appreciation Test (TAT) จะประกอบด้วยภาพต่างๆ ภาพเหล่านั้นจะไม่มีคำบรรยายกำกับไว้ ผู้ทดสอบจะต้องตีความเอง การตีความจะแบ่งออกมาเป็นผู้ที่มีแรงจูงใจในความสำเร็จสูงและผู้ที่มีความแรงจูงใจในความสำเร็จต่ำโดยผู้ที่มีความแรงจูงใจในความสำเร็จสูงจะต้องเป็นคนที่ 1) ชอบทำงานที่มีระดับยาก ปานกลาง เป็นงานที่ไม่ยากและไม่ง่ายจนเกินไป 2) ชอบได้รับการตอบสนองต่อผลงานทันทีที่ผลสำเร็จ 3) ชอบที่จะทำอะไรแล้วทำให้สำเร็จไป และมักมีความสนใจในงานนั้นๆ 4) เมื่อเลือกและมีจุดมุ่งหมายแล้ว จะต้องทำงานสำเร็จลุล่วงไป [4]

3.3 แนวคิด “ทฤษฎีการตลาด”

การคาดการณ์ถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมทางการขายและการตลาดที่มีความสำคัญไม่น้อย การคาดการณ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพนั้นสามารถช่วยให้เจ้าของธุรกิจสามารถกำหนดปริมาณของสต็อกสินค้าได้ในแต่ละช่วงของการขาย เพื่อไม่ให้ปริมาณของสินค้าที่มีค้างสต็อกมากเกินไปในช่วงที่ลูกค้ามีความต้องการซื้อน้อย หรือปริมาณสินค้าในสต็อกไม่เพียงพอในช่วงที่ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อสูง ส่งผลให้หากมีการคาดการณ์ระดับความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำแล้วก็จะช่วยลดอัตราเสี่ยงที่เกิดจากการขาดทุนเนื่องจากสินค้าล้นสต็อก และเพิ่มกำไรเมื่อสินค้าเราสามารถตอบโทย์ลูกค้าได้ตรงกับจังหวะและโอกาส โดยระดับความต้องการของลูกค้ามีทั้งหมด 8 ระดับ ประกอบด้วย ความต้องการติดลบ (Negative Demand) ไม่เกินความต้องการ (Nonexistent Demand) ความต้องการแอบแฝง (Latent Demand) ความต้องการถดถอย (Declining Demand) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Irregular Demand) ความต้องการอิ่มตัว (Full Demand) ความต้องการล้นตลาด (Overfull Demand) และ ความต้องการที่ไม่พึงประสงค์ (Unwholesome Demand) [5]

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลือชัย บุตุค [6] ได้วิจัยเกี่ยวกับสารต้านอนุมูลอิสระในลูกหม่อน โดยวิจัยถึงสารที่อยู่ในลูกหม่อนหรือผลมัลเบอร์รี่ ประกอบด้วย สารแคโรทีน วิตามินบีหนึ่ง วิตามินบีสอง วิตามินซี กลูโคส ซูโครส กรดทาร์ทาริก

กรดซัคซินิก และกรดซิตริก ซึ่งในทางการแพทย์โบราณของจีนถือว่าผลหม่อนเป็นยาแก้ไอขับเสมหะ ลดการอักเสบลำคอ แก้อาการบวม น้ำ และแก้ปวดเมื่อยตามร่างกาย นอกจากนี้ยังมีสรรพคุณ แก้โรครูมาติก โรคโลหิตจาง โรคเบาหวาน ชาตามแขนขา อาการท้องผูก เวียนศีรษะ บำรุงหัวใจ บำรุงโลหิต บำรุงไต บำรุงสายตา บำรุงเส้นผมให้ดกดำ ชัดความร้อนออกจากร่างกาย โรคความจำเสื่อม หรืออัลไซเมอร์ โรคไขข้ออักเสบ โรคโลหิตจาง หลายประเทศได้นำมาใช้ประโยชน์ในด้านสุขภาพมาเป็นเวลานาน ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับชนิดและปริมาณของสารประกอบฟีนอลิก และความสามารถในการต้านอนุมูลอิสระของผลหม่อน จากการศึกษาหม่อนทั้ง 8 พันธุ์ ได้แก่ พันธุ์นครราชสีมา 60 พันธุ์บุรีรัมย์ 60 พันธุ์ชุมพร พันธุ์วาวี พันธุ์เชียงใหม่ พันธุ์พิกุลทอง พันธุ์กำแพงแสน และพันธุ์ไร่ก้านจูล พบว่า ผลหม่อนสดมีสารสำคัญหลายชนิด อาทิ ฟลาโวนอยด์ (Flavonoids) และแอนโทไซยานิน (Anthocyanin) ซึ่งเป็นสารสี (Pigment) ที่พบในผลหม่อนสุก มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidant) ผลหม่อนสุกที่เป็นผลสดมีความแปรปรวนของแต่ละพันธุ์จากการทดสอบกิจกรรมการต้านอนุมูลอิสระในผลหม่อนพันธุ์ต่างๆ พบว่าสามารถเรียงลำดับจากต่ำไปสูงได้ดังนี้ กำแพงแสน < เชียงใหม่ < พิกุลทอง < ชุมพร < วาวี < บุรีรัมย์ 60 < นครราชสีมา 60 < ไร่ก้านจูล แสดงให้เห็นว่าผลหม่อนพันธุ์นครราชสีมา 60 และพันธุ์ไร่ก้านจูลเป็นพันธุ์ที่เหมาะสมแก่การปลูกเพื่อผลิตผลสดเพื่อใช้ผลิตภัณฑ์

ธนัญญา อินทร์สุวรรณ และ ปาริชาติ คงสนั่น [7] ได้วิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มัลเบอร์รี่แผ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์มัลเบอร์รี่แผ่น โดยศึกษาปริมาณเพกทินและปริมาณน้ำตาลทรายที่เหมาะสมในขั้นการเตรียมวัตถุดิบและอุปกรณ์ มีมัลเบอร์รี่แช่แข็ง (กลุ่มเกษตรกร อำเภอหาดขาม จังหวัดเชียงใหม่) น้ำตาลทราย (มิตรผล) เพกทิน (บริษัท ยูเนี่ยน ชานี่ จำกัด) อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตประกอบด้วย อุปกรณ์เครื่องครัว ตู้อบแห้งแบบถาด เครื่องชั่ง และเครื่องวัดค่าต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทดลอง และได้ทำการศึกษาโดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ศึกษาผลิตภัณฑ์มัลเบอร์รี่แผ่นต้นแบบ 2) นำมาศึกษาปริมาณเพกทินและปริมาณน้ำตาลทรายที่เหมาะสมในการผลิตผลิตภัณฑ์มัลเบอร์รี่แผ่น 3) ทำการหาปริมาณเพกทินและน้ำตาลทรายที่เหมาะสม 4) ยืนยันสูตรผลิตภัณฑ์มัลเบอร์รี่แผ่น 5) ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์สุดท้าย จากการทดลองพบว่า ปริมาณที่เหมาะสมคือ กากมัลเบอร์รี่ 72.14% (400 กรัม) น้ำตาลทราย 27.15 (150 กรัม) และ เพกทิน 0.45 % (10 กรัม) ผลการทดสอบทางประสาทสัมผัส คะแนนความชอบเฉลี่ยในคุณลักษณะ ด้านสี อยู่ในช่วงขอบเล็กน้อยถึงขอบปานกลาง คุณลักษณะด้านเกาะตัว ความเหนียว

ความหวาน ความเปรี้ยว และ ความขบขอม อยู่ในช่วงขอบ
ปานกลางถึงขอบมาก

4. ระเบียบวิธีวิจัย

4.1 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงแนวทางความสำเร็จในการใช้
นวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษาบ้านสวน
แม่อยู่ จังหวัดนครปฐม โดยมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัย
เชิงคุณภาพเพื่อศึกษาแนวคิดและกระบวนการในด้านความรู้
ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรในรูปแบบนวัตกรรมของ
การพัฒนาการเกษตรและรูปแบบการพัฒนาความสำเร็จสู่
การเป็น Smart farmer

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เกษตรกรของบ้าน
สวนแม่อยู่ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นผู้ทำ
การเกษตรมาหลายปีสำเร็จสู่การเป็น Smart farmer

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิต
และแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบางปลาคลองนก
บ้านสวนแม่อยู่ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดย
การสัมภาษณ์ ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนเมษายน 2560

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้
ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จในการใช้นวัตกรรมเพื่อ
การส่งเสริมการตลาดของบ้านสวนแม่อยู่ โดยเลือกเครื่องมือ
ในการวิจัยดังนี้

1. การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยได้คิดคำถามเพื่อ
สอบถามถึงแนวความสำเร็จของบ้านสวนแม่อยู่ ในเชิง
แนวคิดการพัฒนาสู่ความสำเร็จ

2. การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมี
ส่วนร่วม โดยการสังเกตจากปฏิสัมพันธ์ ระหว่างการตอบ
คำถามของผู้ให้ข้อมูลหลัก

3. เครื่องบันทึกภาพและบันทึกเสียง เพื่อความสะดวก
รวดเร็วและเก็บเนื้อหาได้ครอบคลุมครบถ้วน โดยเฉพาะ
ข้อมูลที่สำคัญ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถจดบันทึกไว้ได้ทัน

4. เครื่องมือบันทึกข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ สมุดจด
บันทึก ปากกา ดินสอ เพื่อจดข้อมูลจากการซักถาม

4.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการเข้าไปร่วมทำ
กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษาขั้นตอนและการใช้
นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดในการพัฒนาเป็น Smart
Farmer

2. การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการถาม
ปรึกษาหาข้อมูลว่าทำไมถึงทำการเกษตรรูปแบบนี้ ทำไมถึง

เลือกที่จะใช้ผลผลิตที่ไม่มีชื่อเสียงมากนักเป็นการเกษตรของ
ตน และอื่นๆโดยข้อมูลหลักที่จะรวบรวมจะเป็นข้อมูลเชิง
ปฐภูมิในการสอบถามสัมภาษณ์

4.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้จะใช้การตรวจสอบ
2 ประเภท ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัยและ
ด้านทฤษฎี โดยจะนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร
มาเปรียบเทียบกับที่ต่างๆ มาสนับสนุนหัวข้อในการวิจัย และนำ
ทฤษฎีต่างๆ ของการเกษตรมาสนับสนุนกระบวนการใช้
นวัตกรรมทางการตลาด เพื่อการตรวจสอบความสมบูรณ์ของ
ข้อมูลโดยการแยกแยะ ติความและนำเสนอในรูปแบบของ
การบรรยายต่อไป

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์นั้นจะใช้เทคนิคหลักๆ 3 เทคนิค ได้แก่
การวิเคราะห์สรุปอุปนัย การวิเคราะห์สาเหตุและผล
และการสร้างจินตนาการเชิงสังคมวิทยา โดยการวิเคราะห์
ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาและนวัตกรรมทาง
การตลาดที่ใช้ในการเกษตร และนำมาสรุปในรูปแบบ
พรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัยได้
ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์จาก
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและค้นคว้าเนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อ
ทำการวิเคราะห์ข้อมูล

5. ผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลทั่วไป

บ้านสวนแม่อยู่ตั้งอยู่ใน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
มีการทำการเกษตรที่เน้นไปที่ผลผลิตเบอร์รี่ เนื่องจากเป็น
ผลไม้ที่ใหม่ ปลุกง่าย ต้นทุนน้อย ความแตกต่างจากเจ้าอื่น
คือ การทำการเกษตรอินทรีย์โดยไม่ใส่สารเคมีเข้ามาเจือปนใน
ขั้นตอนการปลูก และเป็นการปลูกเพื่อนำมาแปรรูปเป็น
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต่อไป เช่น ผลไม้แปรรูป ส้มตำใบหม่อน
มัลเบอร์รี่โยเกิร์ต และใบหม่อนปรุงรส มีการทำวิสาหกิจ
ชุมชนเล็กๆ ขึ้นชื่อว่า “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตและแปรรูป
ผลผลิตทางการเกษตรบางปลาคลองนก” เพื่อนำผลผลิตมา
ใช้ประโยชน์ร่วมกันในชุมชนเล็กๆ แห่งนี้

บ้านสวนแม่อยู่ยังได้เข้าร่วมกับกิจกรรม Young Smart
Farmer ของ Dtac เพื่อแสวงหาความรู้ เนื่องจากตัวเจ้าของ
ธุรกิจเป็นคนชอบแสวงหาสิ่งใหม่และเริ่มทำธุรกิจนี้โดยที่ไม่มี
ความรู้เลยจึงต้องการหาความรู้ที่มีนอกเหนือตำราที่มีอยู่ ได้
พบกับเกษตรกรคนอื่นและได้แบ่งปันความรู้เรื่องผลไม้ชนิด
ต่างๆ และจดจำเทคนิคการแปรรูปและการปลูกเพื่อนำมา
ปรับใช้กับตนเอง

5.2 กลยุทธ์ที่เจ้าของธุรกิจเลือกใช้ กลยุทธ์แบบขั้นบันได

กลยุทธ์แบบขั้นบันไดนั้นเป็นกลยุทธ์ที่จะค่อยๆทำธุรกิจไปเรื่อยๆไม่ได้มีการทำการตลาดที่กระตุ้นธุรกิจจะไวมาก วรรณภา เจ้าของธุรกิจได้กล่าวว่า "เนื่องจากธุรกิจของเขาเป็นธุรกิจขนาดเล็กไม่ได้มีการเติบโตที่รวดเร็วประกอบกับพื้นที่ในการทำธุรกิจไม่เอื้ออำนวยจึงได้ตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ที่ค่อยๆพัฒนาธุรกิจไปที่ละขั้น และใช้ทุนไม่มากในการทำธุรกิจ"

จากการพูดคุยและสอบถามกับชาวบ้านในชุมชนนั้น ชาวบ้านได้เรียนรู้ เข้าใจ และสนับสนุนกับการวางกลยุทธ์แบบขั้นบันได เนื่องจากว่ามีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต ถึงจะเติบโตช้า แต่มั่นคง ชาวบ้านจึงลงความเห็นกันว่ากลยุทธ์นี้จะทำให้ธุรกิจชุมชนเติบโตขึ้นได้

ขณะเดียวกันทางเจ้าของธุรกิจวางแผนไว้ว่าจะมีการขยายกิจการเพื่อการพัฒนาในอนาคต มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพิ่มมากขึ้นเพื่อแข่งขันกับตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียง โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้จะเป็นกลยุทธ์การเจาะตลาดในขั้นแรก และจะเข้าสู่กลยุทธ์ในการรักษารฐานลูกค้า และการแข่งขันในตลาด

5.3 การทำการตลาดและการแปรรูปผลผลิตเบอร์รี่เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ

การทำการตลาดของชุมชน "วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบางปลาคลองนก" เน้นการทำการตลาดในชุมชนเล็กๆ ในจังหวัดนครปฐมก่อน เพื่อเป็นการแนะนำสินค้า พอแนะนำได้ไปสักระยะก็มีการนำผลิตภัณฑ์ไปตามงานเทศกาลและงานวัดต่างๆ ในจังหวัดนครปฐม โดยเจาะจงแค่ผลผลิตเบอร์รี่ที่ทำการตลาดขยายเป็นวงกว้างเพื่อเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ได้มีการนำไปออกจำหน่ายในจังหวัดต่างๆ และมีผู้สนใจนำผลิตภัณฑ์ไปขายในแหล่งใหญ่ๆ เช่น จตุจักร บริเวณห้างสรรพสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการทำการตลาดออนไลน์ในช่องทางสังคมด้วย ได้แก่ Facebook ชื่อเพจว่า "บ้านสวนแม่อยู่" อันเป็นการทำสื่อให้คนที่สนใจได้ติดต่อซื้อขายหรือรับไปขาย มีการขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ไว้ในสื่อออนไลน์เพื่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าด้วย

การแปรรูปผลผลิตเบอร์รี่ในรูปแบบต่างๆ ผลไม้แปรรูปเป็นกระบวนการแปรรูปที่ใช้ผลผลิตเบอร์รี่ผสมกับผลไม้ต่างๆ เพื่อให้รสชาติออกมาใกล้เคียงกับผลไม้ที่ตั้งใจไว้ วิธีการทำนั้น เป็นการใช้มือในการทำทั้งหมดเพื่อให้เข้ากันได้ดี มีคุณภาพ และสามารถแก้ไขจุดบกพร่องได้ทันที ผลิตภัณฑ์อีกอย่าง คือ การแปรรูปเป็นโยเกิร์ต โดยการนำผลผลิตเบอร์รี่มาผสมกับตัวโยเกิร์ต ผสมให้เข้ากันและนำไปเก็บในถังเก็บอุณหภูมิเพื่อ รักษาความเย็นไว้ เพื่อนำออกขายต่อไป

5.4 สภาพปัญหาในปัจจุบัน

1. พื้นที่ในการทำกิจการไม่เอื้ออำนวย เนื่องจากมีพื้นที่น้อยขยายได้ยาก
2. เครื่องมือในการทำกิจการมีน้อยเกินไป ทำให้การทำการกิจการไม่เติบโต เช่น ขาดเครื่องรีดน้ำมันในการทำผลไม้แปรรูป ตู้จับพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น
3. มีคู่แข่งในตลาดมาก เนื่องจากเป็นผลไม้ที่เริ่มได้รับความนิยมในปัจจุบัน
4. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย ทำให้กิจการไม่เติบโต

6. สรุปผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง "แนวทางการสำเร็จในการใช้นวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษา มัลเบอร์รี่บ้านสวนแม่อยู่ อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม" พบว่าแนวทางการสำเร็จในการใช้นวัตกรรมนั้นมีไม่มากนัก จะเป็นการใช้ facebook เพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ โดยที่นวัตกรรมด้านอื่นๆ ก็จะมีในส่วนของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตมัลเบอร์รี่ที่เข้ามาช่วยในการผลิตและแปรรูปสินค้า ด้านช่องทางการตลาดมีช่องทางที่ดีในการทำการตลาดโดยใช้ คนรู้จักที่มีช่องทางในการกระจายสินค้าและการจำหน่ายสินค้านั้นช่วยในการหาช่องทางของสินค้าต่างๆ เพื่อเข้าแข่งขันในตลาดมัลเบอร์รี่ การแข่งขันของตลาดมัลเบอร์รี่ยังมี การแข่งขันที่ไม่สูงมาก เนื่องจากยังไม่เป็นที่รู้จักมาก มีคนบางกลุ่มที่สนใจในตัวผลไม้ตัวนี้เท่านั้นที่จะก้าวเข้ามาทำการตลาดเกี่ยวกับผลไม้ชนิดนี้

จากวัตถุประสงค์ข้างต้น สรุปได้ว่า 1) เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการทำการตลาดได้แก่ Facebook โดยเจ้าของธุรกิจได้ใช้ facebook เป็นสื่อในการทำการตลาดเพื่อทำให้เป็นที่รู้จักโดยมีผลผลิตที่เติบโตขึ้น จากที่ขายได้วันละ 100 - 1,000 ชิ้นต่อเดือน ก็ขายได้เกิน 10,000 ชิ้นต่อเดือนซึ่งมากกว่าเดิมถึง 10 เท่า 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดนั้น ยังมีช่องทางที่น้อยทำให้ไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้างทำให้ธุรกิจขยายได้ช้า ด้านการเพาะปลูก มี ปัญหาจากปัจจัยภายนอก เช่น สภาพอากาศศัตรูพืช เป็นต้น ซึ่งควบคุมได้ยาก ด้านการแปรรูปมีปัญหาที่พื้นที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการแปรรูป มีพื้นที่น้อยเกินไปและจัดสรรพื้นที่ที่มีอยู่ไม่ได้ 3) เพื่อศึกษานวัตกรรมส่งผลต่อการทำการตลาด กล่าวคือเมื่อมีที่บ้านสวนแม่อยู่ได้มีการใช้นวัตกรรมทางการตลาดมาใช้นั้นคือ Facebook ในระยะเวลา 2 ปี มียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 10 เท่า

7. อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่า ผู้ประกอบการได้เล็งเห็นผลลัพธ์ระยะยาวจึงได้ให้ความสำคัญกับการตลาด

อันเป็นการสร้างช่องทางและการเติบโตของกิจการโดยมุ่งเน้นที่ผลตอบแทนที่สูงขึ้น กลยุทธ์แบบขั้นบันไดที่ใช้นั้นนับเป็นกลยุทธ์ที่เข้ากับตัวธุรกิจที่ยังไม่ได้มีขนาดใหญ่และไม่ได้มี ต้นทุนในการทำที่สูงมากเมื่อเทียบกับธุรกิจ พื้นที่ในการทำ กิจการก็ไม่ได้เพียงพอต่อการดำเนินงาน กิจการจึงได้เล็งเห็นปัญหาที่ทำให้ไม่สามารถขยายกิจการได้ ทางด้าน การตลาดนั้นเป็นรูปแบบที่ง่ายๆ จากเล็กไปสู่ใหญ่ จากการขายของในชุมชนสู่พื้นที่ที่เป็นที่นิยมมากขึ้นซึ่งมีคนเข้ามา ช่วยเหลือในการทำตลาดขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ต้องมีช่องทางในการขายผลิตภัณฑ์มากขึ้น ทางด้านนวัตกรรมนั้นมีเพียงแค่ facebook เพียงอย่างเดียวที่เป็นช่องทางออนไลน์ในการทำตลาดและโปรโมทตัวสินค้า ซึ่งทางผู้ประกอบการพยายาม ทำการตลาดในโลกออนไลน์ให้มากขึ้นด้วยการเปิดเว็บไซต์ที่เป็นเว็บไซต์ของชุมชนเพื่อให้ในชุมชนเข้ามาโปรโมทสินค้า ของตน โดยมีคามคาดหวังว่าจะสามารถเพิ่มช่องทางและการทำการตลาดให้แก่เกษตรกรในชุมชนและเป็นแบบอย่างให้แก่ ชุมชนเล็กๆ ในการทำกิจการต่างๆ ซึ่งทางผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงโอกาสที่จะเติบโตและประสบความสำเร็จในช่องทางนี้จึงเลือกใช้ช่องทางนี้ ซึ่งผู้ประกอบการศึกษาช่องทาง Facebook โดยที่ไม่รู้อะไรเลย จนมาประสบผลสำเร็จในด้านการตลาดบนสื่อทางสังคมเป็นผลสำเร็จ แลเพิ่มยอดขายและเพิ่มผลกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ จนเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งทางผู้วิจัยเล็งเห็นว่า เจ้าของธุรกิจมีการจังหวะที่เหมาะสมเพื่อที่จะขยายธุรกิจของเขาเราจึงนำส่วนนี้มาเป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ

8. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยคุณภาพ เรื่อง แนวทางความสำเร็จในการใช้นวัตกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษามัลเบอร์รี่บ้านสวนแม่อุ้ย อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. เจ้าของธุรกิจมีความเข้าใจในตลาดของผลไม้ชนิดนี้น้อยและไม่มีการเตรียมการถึงขนาดผู้ประกอบการควรมีการพูดคุย และสอบถามถึงสภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันในตลาดกับผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญในทางด้านนี้เตรียมรับมือกับภาวะต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
2. นวัตกรรมที่ยังน้อยเกินไปทำให้ธุรกิจไม่สามารถขยายได้มากรวมถึงพื้นที่การทำธุรกิจที่เล็กและมีพื้นที่ใช้สอยน้อยเป็นปัญหาหลักในการทำธุรกิจ ผู้วิจัยแนะนำให้จัดระเบียบภายในให้ดีกว่าที่จะมองภายนอก คือ การจัดระเบียบการใช้สอยต่างๆทั้งการแปรรูป การเพาะปลูก รวมถึงการเก็บรักษาตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งหมดนี้ถ้าพร้อมและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยก็จะนำมาสู่การเพิ่มนวัตกรรมต่างๆและการขยาย

พื้นที่ในการเพิ่มผลผลิตต่อมา ทางด้านนวัตกรรมผู้วิจัยมองว่าเพิ่มสื่อการโปรโมทตัวสินค้าให้มากขึ้น เช่น การเพิ่มช่องทางออนไลน์ใน instagram และมี website ของธุรกิจด้วยเพื่อเพิ่มช่องทาง เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการออกอีเว้นท์มากขึ้นในต่างจังหวัดด้วย

9. ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาด้านการจัดระเบียบภายในองค์กรเพื่อการขยายธุรกิจในระยะยาว
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายในการแปรรูปผลผลิตเบอร์รี่ซึ่งมีโอกาที่จะเติบโตในธุรกิจทางด้านนี้
3. ควรศึกษาถึงโอกาสในการเพิ่มผลไม้อื่นที่เข้ากับผลผลิตเบอร์รี่ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า

10. เอกสารอ้างอิง

- [1] สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2559). ข้อมูลเกี่ยวกับ Thailand 4.0 [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/content/613903>, เข้าดูเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2560.
- [2] บิ๊กเฮลตี้แพลนท์ (2560). ข้อมูลทั่วไปของผลผลิตเบอร์รี่ [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://bighealthyplant.com/%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B9%88/%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B9%88-%E0%B8%A5%E0%B8%B9%E0%B8%81%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99/>, เข้าดูเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2560.
- [3] สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา และทบวงมหาวิทยาลัย (2545). ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ชุดวิชาการวิจัยชุมชน, กรุงเทพมหานคร: เอส. อาร์. ฟรินติง
- [4] โนวาบิซ (2559). ทฤษฎีความสำเร็จ [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา https://www.novabizz.com/NovaAce/Learning/Achievement_Needs.htm, เข้าดูเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2560.
- [5] อิงค์ควิตี้ (2557). ทฤษฎีการตลาด Phillip Kotler: 8 ระดับความต้องการของลูกค้า [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://incquity.com/articles/kotler-eight-demand-states>, เข้าดูเมื่อวันที่ 16 เมษายน 2560.

- [6] ลือชัย บุตุบ (2555). วิจัย พบ “ลูกหม่อน” ผลไม้ตระกูลเบอร์รี่ มีสารต้านอนุมูลอิสระสูง, *สารวิจัยเพื่อชุมชน*, 1(3), กันยายน – ธันวาคม 2555, 41-47.
- [7] ธัญญา อินทร์สุวรรณ และ ปาริชาติ ศงสนันท์ (2557). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีลเบอร์รี่แผ่น*, รายงานผลงานวิจัย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ