



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding)

งานประชุมวิชาการระดับชาติ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560

วันที่ 29 มิถุนายน 2560

ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี



นวัตกรรมทางการจัดการ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 33 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ

โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560

ตามที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ขึ้น ในวันที่ 29 มิถุนายน 2560 ณ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีคุณภาพทางวิชาการ และมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการดังกล่าวและรายนามดังต่อไปนี้

1	รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	ประธานกรรมการ
2	รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	กรรมการ
3	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
4	รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	กรรมการ
5	รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ	กรรมการ
6	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร.เกดศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
7	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	กรรมการ
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร อภิวัดมนไพศาล	กรรมการ
9	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงเงิน ชื้อภักดี	กรรมการ
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุตา พุฒจร	กรรมการ
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย ภูวนาถวิจิตร	กรรมการ
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ	กรรมการ
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก	กรรมการ
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง	กรรมการ
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	กรรมการ
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ศิริพิศ	กรรมการ
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย บังเมฆ	กรรมการ

18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	กรรมการ
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิภา พงษ์วาทิ	กรรมการ
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	กรรมการ
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์	กรรมการ
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	กรรมการ
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	กรรมการ
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล	กรรมการ
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล	กรรมการ
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตศักดิ์ พุดจรรยา	กรรมการ
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร	กรรมการ
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนกฤต สังข์เฉย	กรรมการ
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภานนท์ หอมสุต	กรรมการ
31	ร้อยตำรวจเอก ดร.วิเชียร ตันศิริคงคล	กรรมการ
32	อาจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ จันทร์ใหม่มูล	กรรมการ
33	อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต	กรรมการ
34	อาจารย์ ดร.เมษธาวิณ พลโยธี	กรรมการ
35	อาจารย์ ดร.โอชัญญา บัวธรรม	กรรมการ
36	อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา	กรรมการ
37	อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	กรรมการ
38	อาจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	กรรมการ
39	อาจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา	กรรมการ
40	อาจารย์ ดร.ณัฐธนา ถีพหรัถนรกิจ	กรรมการ
41	อาจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	กรรมการ
42	อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล	กรรมการ
43	อาจารย์ ดร.นฤมล อรุโณทัย	กรรมการ
44	อาจารย์ ดร.ประเมษฐ์ บุญนำศิริกิจ	กรรมการ
45	อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์	กรรมการ
46	อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์	กรรมการ
47	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์	กรรมการ
48	อาจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	กรรมการ
49	อาจารย์ ดร.พลอย สุตอ่อน	กรรมการ
50	อาจารย์ ดร.ภพ สวัสดิ์	กรรมการ
51	อาจารย์ ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์	กรรมการ
52	อาจารย์ ดร.ภาสนันท์ อัศวรักษ์	กรรมการ

53	อาจารย์ ดร.รักษนก โสภาศิษ	กรรมการ
54	อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ชนะกุล	กรรมการ
55	อาจารย์ ดร.วงศ์ศักดิ์ วีระไพบุลย์	กรรมการ
56	อาจารย์ ดร.ศิระ ศรีโยธิน	กรรมการ
57	อาจารย์ ดร.สรวรยา ธรรมอภิพล	กรรมการ
58	อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
59	อาจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์	กรรมการ
60	อาจารย์ ดร.อรรถพงษ์ พิระเชื้อ	กรรมการ
61	อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	กรรมการ
62	อาจารย์ ดร.อัญญา นิลนพคุณ	กรรมการ
63	อาจารย์ ดร.อุทัย ปริญญาสุทธินันท์	กรรมการ
64	อาจารย์รชกร วชิรสิโรตม	เลขานุการ
65	นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2560



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 47 /2560

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 (เพิ่มเติม)

ตามคำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ 33/2560 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการ
ฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ครั้งที่ 5 ประจำปี 2560 ไปแล้วนั้น และเพื่อให้การดำเนินงานด้านการพิจารณาผลงานทางวิชาการ เป็นไปด้วยความ
เรียบร้อย มีคุณภาพทางวิชาการและมีประสิทธิภาพ จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ
(เพิ่มเติม) จำนวน 8 ราย ดังนี้

- | | | |
|---|---------------------------------------|---------|
| 1 | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรม รัตนโชติ | กรรมการ |
| 2 | อาจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ | กรรมการ |
| 3 | อาจารย์ ดร.ฐิติมา เวชพงศ์ | กรรมการ |
| 4 | อาจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรแก้วกุล | กรรมการ |
| 5 | อาจารย์ ดร.พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น | กรรมการ |
| 6 | อาจารย์ ดร.ระบิล พันภัย | กรรมการ |
| 7 | อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์ | กรรมการ |
| 8 | อาจารย์ ดร.วิไลวรรณ สิริโรจนพุดิ | กรรมการ |

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 27 มีนาคม 2560 เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2560

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

สารบัญ (ต่อ)

อิทธิพลของภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจ ใช้บริการธุรกิจสปาของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จิตพนธ์ ชุมเกต, ชานนท์ บำรุงสุข และ อิทธิพัทธ์ เทพพิทักษ์.....	618
การศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จิตพนธ์ ชุมเกต, ชลดา ศรีเมือง และ อริสา อินทร์สูงเนิน.....	626
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการใช้แอปพลิเคชันในการจองโรงแรม จิตพนธ์ ชุมเกต, ณิชาณี สุทธิวิรัตน์ และ ทักษิณ แก่นทอง.....	635
คุณภาพสินค้าและการกระจายสินค้าของผู้ผลิตข้าวโพดแปรรูป บริษัท พัฒนาอินเตอร์ฟู้ด จำกัด จิตพนธ์ ชุมเกต, พรรณพลอย ถือธรรม และ วนิสา สันตยานนท์.....	645
แนวทางการสร้างรายได้ในการปลูกมะกรูดเพื่อตัดใบขายอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา สวนมะกรูดบ้านคุณปู่ ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม วรศรา ทองโต, สันต์ฤทัย อารีย์ และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	655
วิถีชีวิต อัตลักษณ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชนเกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จิตพนธ์ ชุมเกต, นภาพร สาน้อย และ พรรษมน สันตยานนท์.....	668
การศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำนึกทางชาติพันธุ์ของคนไต บ้านเทอดไทย ตำบลเทอดไทย อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย จิตพนธ์ ชุมเกต, ศัทธยา เหลือคณานันต์ และ นภาพิพย์ ทวีโชคสุขอำรง.....	676
การศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำนึกทางชาติพันธุ์ของคนไต บ้านเทอดไทย ตำบลเทอดไทย อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย รมย์นลิน จันทร์ดีวงศ์ และ ดุจดดี คงสุวรรณ.....	687
สัญลักษณ์ลวดลายผ้าปักของชาติพันธุ์อาข่าชุมชนบ้านเยซุ ตำบลห้วยขมภู อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เสาวณีย์ แลเชอ, ภัทรีพันธุ์ พันธุ์.....	702
วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จิตพนธ์ ชุมเกต, กัญชวลิกา จารุวัฒน์ และ อัจฉรวรรณ รอดพัน.....	711
สาเหตุหลักต้นให้เกิดคนไร้บ้าน และตัวตนของคนไร้บ้าน กรณีศึกษาเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อัญญา แก้วประเสริฐ.....	717

สารบัญ (ต่อ)

กลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจหม้อข้าวหม้อแกงลิง กรณีศึกษาสวน RAYOUNG SMILE PLANTS อำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง บุษกรทริกา พวงศรี, อังคมาลิน โพธิ์ทอง และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	725
การศึกษาแนวทางการสร้างความสำเร็จธุรกิจปลากระพง กรณีศึกษา ฟาร์มราชวดี อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อนรรฆนง ศรีนวล, อารีวรรณ คำฝอย และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	739
แนวทางการพัฒนาเกษตรกรไทยสู่ยุคเทคโนโลยี กรณีศึกษา ไร่รุ่งนพรมชน ตำบลวังกะทะ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สุชานันท์ อารีรัชชกุล, ศรีรัตนา จิรรัตนสังจพร และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	751
แนวทางการสร้างความสำเร็จและการสร้างมูลค่าเพิ่มของการเกษตรผสมผสานคอนโต 9 ชั้น กรณีศึกษาสวนลุงนิล อำเภอทุ่งตะโก จังหวัดชุมพร ชญาณิศ หมื่นขำ, ชุตานันท์ รัตนกร และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	762
แนวทางการปลูกว่านสีทศเพื่อธุรกิจส่งออก ฟาร์มว่านสีทศ บริษัทสยามฟลาวเวอร์บอล์บจำกัด ตำบลหนองตากยา อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ชนาพร ดาวลอย, ณีฐฎิยา แผนสมบุรณ์ และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	776
การสร้างความหลากหลายในกระบวนการผลิตสู่การเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตร กรณีศึกษา: บ้านรักษ์ดิน ตำบลบ้านใต้ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มณฑนา ลิ้มปณชัยพรกุล, พัฒนิตา อัยปะโค และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	786
แนวทางการศึกษา การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ณัฐกานต์ มีเจตนา, วิภาวี เหมพิจิตร และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์.....	798
การรับรู้ภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้า เชื้อแป๊ะ พรพิมล ใจดี และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี.....	808
ความตั้งใจใช้บริการระบบชำระเงินออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในประเทศไทย เสาวณีย์ บุญละเอียด, พลอยไพลิน เอ็งฉ้วน, การะเกตุ บุญสวัสดิ์, รัชนิกร แซ่ลิ้ม, สุจารีจิตร, พินิตรุ่งเรือง, สุदारัตน์ สมดิษฐ์ และ ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์.....	819
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านเสริมสวยแนวสมัยใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดชัยภูมิ อุมาวดี เดชธำรง, อินทิรา แสงมณี, ทศพร ทองพราว และ พิชยา แสงเหมาะ.....	832

แนวทางการศึกษา การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง
ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

GUIDELINES FOR VALUE ADDING TO MARKETS OF MULBERRY, CASE STUDY OF SAI THONG FARM, NONG
YANG SUEA, BAN MUAK LEK, SARABURI, THAILAND.

ณัฐกานต์ มีเจตนา¹ วิภาวี เหมพิจิตร¹ และ ภฤศญา ปิยนุสรณ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการเพาะปลูกมัลเบอร์รี่ ช่องทางการจัดจำหน่าย และแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ของฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ใช้รูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าของฟาร์ม ใช้วิธีการหาข้อมูลแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) เลือกผู้ประกอบการกับจำนวน 2 แห่งจากทั้งหมด 6 แห่งที่รับผลิตภัณฑ์มัลเบอร์รี่ไปจำหน่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ เครื่องบันทึกภาพ เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก และแนวคำถาม ผู้วิจัยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลและค้นคว้าเนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า ลูกหม่อนของฟาร์มออกผลผลิตได้ทั้งปี ทำให้มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์มัลเบอร์รี่ ได้แก่ ซอสมัลเบอร์รี่ น้ำดื่มและน้ำดื่มเข้มข้น โดยเริ่มจากเจ้าของฟาร์มได้แจกจ่ายให้กับครัวเรือนใกล้เคียงลงชิม เป็นเวลา 5 ปี ปัจจุบันได้จำหน่ายสินค้าที่งานเกษตรจังหวัดสระบุรี และในงานเกษตรอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อกระจายผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกโดยตรง นอกจากนี้ฟาร์มสายทองยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี และเป็นศูนย์การเรียนรู้ทางการเกษตรอีกด้วย

คำสำคัญ: มัลเบอร์รี่, การเพิ่มมูลค่า, ช่องทางการจำหน่าย

Abstract

The purpose of this qualitative research was studied the successful, sell opportunity and value adding to markets of mulberry at Sai Thong Farm, Nong Yang Suea, Ban Muak Lek, Saraburi province. The data was analyzed by using content analysis. Field data were collected by using in-depth interview with key informants was the farm owner. The Snowball Sampling there were 2 of 6 places where sell products from Sai Thong Farm, were selected to provide data. The research instruments were a camera, a sound recorder, a notebook and question guidelines. The researcher used descriptive analysis method and documentary analysis to analyze received information from informants and document.

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ ดร.ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

According to the result of this study, Sai Thong Farm's Mulberry can collect mulberry all the year, so it always has income of fresh products and processed products such as mulberry sauce, mulberry juice, and condensed mulberry juice. The business started from distribute mulberry sauce to nearby villagers for free to test the market for 5 years. Now, its products sell in Saraburi agriculture fairs and Pak-Chong, Nakhon Ratchasima agriculture exhibitions for direct selling. In other ways, Sai Thong Farm becomes an agriculture tourist place of Nong Yang Suea, Ban Muak Lek, Saraburi province, including agriculture learning center for the tourist.

Keywords: Mulberry, Value adding, Sell channel

บทนำ

เกษตรกรรมมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจไทยมายาวนาน เพราะเป็นรากฐานของเศรษฐกิจ เป็นแหล่งอาชีพแรงงาน รวมถึงสร้างรายได้ ให้กับคนในสังคมและประเทศชาติ แม้ว่าในระยะหลัง ผู้ประกอบการอาชีพในภาคเกษตรกรรม จะมีปริมาณลดลงเหลือร้อยละ 30 จากเดิมร้อยละ 80 ของประชากรทั้งประเทศ แต่ปริมาณผลผลิตจากภาคเกษตรกรรมก็ไม่ได้ลดลง กลับจะเพิ่มขึ้นทั้งด้านปริมาณและด้านคุณภาพเพราะมีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต ใช้เครื่องมือและปัจจัยการผลิตที่ทันสมัย มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตเพื่อขายเป็นวัตถุดิบ มาเป็นการผลิตเพื่อการค้า เพื่อการอุตสาหกรรมมากขึ้น เกษตรกรนอกจากสร้างรายได้แล้ว ยังเป็นภาคที่สร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือความสุขของประชากรภายในประเทศ ให้กับคนในสังคมไทยและประเทศอีกด้วย (สมจิต โยธะคง, 2555)

ในปัจจุบันรัฐบาลได้ขับเคลื่อน นโยบายการพัฒนาเกษตรกรให้เป็น "Smart Farmer" โดยมีเป้าหมาย คือ การส่งเสริมให้เกษตรกร มีความรู้ ความสามารถ ทำเกษตรกรรมโดยไม่ต้องพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง มาเอาไรต์เอาเปรียบ และพัฒนาต่อยอดให้เป็น ผู้ประกอบการเองในอนาคต โดยภาครัฐและเอกชนได้จัดทำโมเดลต่างๆมากมายเกี่ยวกับนโยบาย "Smart Farmer" เพื่อส่งเสริมความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้สนใจ ได้นำไปพัฒนาต่อยอดและสนับสนุนให้เกิดการร่วมมือกับทางจังหวัดของตน เพื่อพัฒนาเกษตรกรในพื้นที่ให้ความรู้ ความสามารถให้ไปพัฒนาประกอบอาชีพของตนให้ประสบความสำเร็จ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

จากการศึกษาของคณะนักวิจัยของกรมหม่อนไหมได้ร่วมวิจัย ร่วมกับคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่ามัลเบอร์รี่มีสรรพคุณที่หลากหลาย โดยใบสามารถใช้เป็นยาพื้นบ้านช่วยขับเหื้อ แก้กษั แก้วรื้อน แก้วรื้อนในกระหายน้ำ ทำยาต้มใช้อมแก้วเจ็บคอ และทำให้เนื้อเยื่อชุ่มชื้น แก้วไอ ระงับประสาท หรือต้มเอาน้ำล้างตา แก้วตาแดง แฉะ ผ้ำาง ใบแก้ว ตากแห้งมวนสูบเหมือนบุหรี่ย แก้วริดสีดวงจุมก ใบ แก้วไอ ระงับประสาท หรือต้มเอาน้ำล้างตา แก้วตาแดง แฉะผ้ำาง ใบ ใช้ทำขามีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ราก ขับพยาธิ และเป็นยาสมาน ตากแห้งต้มผสมน้ำผึ้ง ยานี้จะมีรสหวานเย็น ใช้มากในโรคทางเดินหายใจ และการมีน้ำสะสมในร่างกายผิดปกติ ใช้แก้วโรคความดันโลหิตสูง แชนขาหมัดความรู้สึก กิ่งอ่อน ใบอ่อน แก้วใช้ แก้วหัวดี แก้วไอ (ฐานข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี:2556)

ฟาร์มสายทองอยู่ในบริเวณ ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี มีภูมิประเทศเป็นภูเขาล้อมรอบและภูมิอากาศที่เย็นสลับกับฝนตกหนาซู่บ เอื้อต่อการเจริญเติบโตของพืชชนิดนี้ของพื้นที่ภาคกลาง ผลผลิต

สามารถออกได้ตลอดทั้งปี ซึ่งถือเป็นที่น่าสนใจเนื่องจากการปลูกมัลเบอร์รี่นั้นนิยมปลูกในพื้นที่ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี เป็นส่วนมาก ซึ่งฟาร์มสายทองเป็นฟาร์มที่ประสบความสำเร็จจากการจำหน่ายมัลเบอร์รี่เพียงแห่งเดียวในพื้นที่นั้น

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะศึกษาในเรื่อง แนวทางการศึกษาการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยสามารถนำข้อมูลทางการวิจัยมาเป็นแนวทางการศึกษาให้กับผู้สนใจปลูกมัลเบอร์รี่ให้ได้ผลิตผลตามมาตรฐาน สามารถหาตลาดค้าขายสำหรับผู้ประกอบอาชีพ และนำไปแปรรูปเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการเพาะปลูกมัลเบอร์รี่
2. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายของมัลเบอร์รี่
3. เพื่อศึกษาแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ จากฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

งานศึกษาวิจัย “แนวทางการศึกษาการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี” ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการศึกษาและอธิบายผลลัพธ์ไว้ดังนี้

1. การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด
2. การศึกษาการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา “กลยุทธ์ทางการตลาด” (แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด 2558) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ในการเตรียมกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพบริษัทต้องศึกษาคู่แข่งลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าที่มีศักยภาพในอนาคต บริษัทต้องกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน วัตถุประสงค์จุดแข็ง จุดอ่อนและรูปแบบของการโต้ตอบของคู่แข่ง (Kotler 2003) การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการพัฒนา และการรักษาความเหมาะสมสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ทักษะความสามารถ และทรัพยากรขององค์กรกับโอกาสทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การวางแผนเชิงกลยุทธ์มีเป้าหมายเพื่อปรับการดำเนินงาน และผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อบรรลุถึงเป้าหมายในการทำกำไรและการเติบโตของธุรกิจ

การศึกษา “การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่” (การสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ 2557) ได้ให้ข้อมูลว่า การเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้มีมูลค่าสูงขึ้นและมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวคิดในการวางกลยุทธ์โดยใช้ทฤษฎีห่วงโซ่มูลค่า หรือกระบวนการสร้างมูลค่าจากต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ คือการมองหาและการสร้างโอกาสในการแข่งขันโดยวิเคราะห์ทุกขั้นตอนและกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างคุณค่าและความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับตัวผลิตภัณฑ์ (Michael E. Porter 2557) ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะการผลิตและการจำหน่ายสินค้าเท่านั้น แต่ควบคุมตั้งแต่จุดเริ่มต้นของวัตถุดิบจนถึงปลายทางในการแปรสภาพวัตถุดิบให้กลายเป็นสินค้าที่ถูกส่งต่อถึงผู้บริโภคโดยตรง วิเคราะห์ในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่ ผู้ผลิตรวมถึงหน่วยงานที่มีส่วนช่วยส่งเสริม

หรือสนับสนุนในการผลิตสินค้าจะสามารถกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบในท้องถิ่น รวมถึงกลยุทธ์ในการจำหน่ายและการขายสินค้า

จากทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาทั้ง 2 เรื่อง ประกอบด้วยการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย และ การศึกษาการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษานี้ก่อให้เกิดแนวคิดของ งานวิจัยให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างแนวทางการสัมภาษณ์และวิเคราะห์เนื้อหาให้ ครบถ้วนมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรทิพย์ ต้นเกตุและมนัสสิมีย์ บุญมีศรีสง่า (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่สำคัญในความสำเร็จของการ ประกอบการธุรกิจฟาร์มสายทอง อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี จากการศึกษาวิเคราะห์วิทยานิพนธ์การศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาศาสตร์ โดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม กับเจ้าของฟาร์ม เกษตรกรในพื้นที่ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเกิดจากการที่ธุรกิจเข้าถึง กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสนใจกับเรื่องสุขภาพ ตามกระแสนิยมปัจจุบัน การที่ธุรกิจเข้าใจลูกค้ารู้ถึงความต้องการและวิธี รักษาคุณภาพของสินค้า ทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้บริโภคจนต้องกลับมาซื้ออีกครั้ง ส่งผลธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการศึกษาการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งวิธีการเพาะปลูกของมัลเบอร์รี่ โดยนำความรู้ที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาให้กับผู้สนใจธุรกิจมัลเบอร์รี่ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารหนังสือ รายงานผลวิจัยหม่อนไหมประจำปี โดยสถาบันหม่อนไหมแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ สำนักงานปลัดกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ (2559) คู่มือแนวทางการขับเคลื่อนนโยบาย Smart Farmer และ Smart Office โดย คณะกรรมการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2556) สังคมไทยกับการบริหารการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร (2553) ฐานข้อมูล สมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (2556)

1.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลักผู้ให้ข้อมูลหลักมีจำนวน 3 ท่าน คือ เจ้าของฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ที่ประสบความสำเร็จในการเพิ่มมูลค่า และผู้ประกอบการจำนวน 2 ท่าน จากทั้งหมด 6 สถานที่ของช่องทางการจำหน่ายที่รับผลมัลเบอร์รี่ทั้งแบบแปรรูปและยังไม่แปรรูปไปขาย

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ฟาร์มสายทอง บ้านเลขที่ 77/1 บ้านกลุ่มพระบาท หมู่ 3 ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

1.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และศึกษาข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2560 ถึง วันที่ 30 เมษายน 2560

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสำคัญ ได้แก่

2.1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ข้อมูลบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าของฟาร์มสายทอง ใช้การหาข้อมูลแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) สำหรับช่องทางที่จำหน่ายสินค้าเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ข้อมูลด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการศึกษาการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

3.1. การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถาม (Interview Guide) เพื่อใช้เป็นสำหรับแนวทางการสัมภาษณ์สำหรับผู้ให้ข้อมูล คือ แนวคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลัก เกี่ยวกับแนวความคิดการปลูกพืชผลที่ปลูกได้เฉพาะพื้นที่ตามสภาพอากาศ แนวคิดเกี่ยวกับการแปรรูปมัลเบอร์รี่ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์ทางเกษตร แนวคิดเกี่ยวกับแรงกระตุ้น กลยุทธ์การจัดจำหน่าย โฆษณา และตลาดของมัลเบอร์รี่ และแนวคิดว่าเกี่ยวกับช่องทางสร้างรายได้ให้กับตนเอง

3.2. การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการสังเกตจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างการตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูลหลัก ในเรื่องเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ ช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งการเพาะปลูก

3.3. เครื่องบันทึกภาพและบันทึกเสียง (smart phone) เพื่อความสะดวกรวดเร็วและเก็บเนื้อหาได้ครอบคลุมครบถ้วน โดยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถจดบันทึกไว้ได้ทัน เครื่องมือบันทึกข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ สมุดจดบันทึก ปากกา ดินสอ เพื่อจดข้อมูลจากการซักถาม

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) และสังเกต (Observation) โดยการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม คือเจ้าของฟาร์มสายทอง ใช้การหาข้อมูลแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) และ ผู้ประกอบการที่รับผลมัลเบอร์รี่ ทั้งแบบแปรรูปและยังไม่แปรรูปไปขาย เพื่อนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ ช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างผลิตภัณฑ์ทางเกษตร แรงกระตุ้น กลยุทธ์การจัดจำหน่าย โฆษณา และตลาดของมัลเบอร์รี่ ผู้วิจัยเลือกใช้คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามไปในแนวทางเดียวกัน

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้นั้นถูกต้องหรือไม่ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน และ ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เป็นเรื่องเดียวกัน โดยใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับวิธีการสัมภาษณ์ พร้อมกัน นั่นก็ศึกษาหาข้อมูล

เพิ่มเติมจากแหล่งเอกสาร การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลโดยการแยกแยะ ตีความ และนำเสนอในรูปแบบของการบรรยายต่อไป

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแนวทางการศึกษา การเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ได้ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์โดยตรงจากผู้ให้ข้อมูลคือเจ้าของฟาร์มสายทอง และค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ กรณีศึกษาฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยนำผลจากการสัมภาษณ์มาศึกษาตามวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาวิธีการเพาะปลูกมัลเบอร์รี่

จากการสัมภาษณ์พบว่าวิธีการเพาะปลูกมัลเบอร์รี่ของฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย ที่มาและแนวคิดริเริ่มของการเพาะปลูกมัลเบอร์รี่ จุดเริ่มต้นมาจากบุตรสาวของเจ้าของฟาร์มได้ซื้อต้นหม่อนหรือมัลเบอร์รี่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ โดยหวังเพื่อเป็นผลไม้เพื่อสุขภาพ อยากนำมาปลูกไว้ให้เก็บนำผลผลิตมาบริโภค ตอนนั้นได้ทำอาชีพเลี้ยงโคนมอยู่ จึงได้นำมาปลูกไว้บริเวณสวนข้างบ้าน จำนวน 2 ต้น เมื่อเวลาผ่านไป 2 ปี ผลของลูกหม่อนหรือมัลเบอร์รี่ไม่ได้ให้ผลผลิตออกมา โดยที่ต้นหม่อนหรือมัลเบอร์รี่ก็สูงขึ้นเรื่อย ๆ จึงได้ตัดสินใจตัดต้นทิ้ง หลังจากนั้นไม่นานได้มีใบอ่อนขึ้นมาและเริ่มมีผลผลิตออกมาให้เห็น เมื่อได้นำผลผลิตมาบริโภคแล้ว ทำให้ได้รู้รสชาติของลูกหม่อนหรือมัลเบอร์รี่ มีรสชาติที่หวานแกลมเปรี้ยว เนื่องจากผลผลิตที่ออกมานั้นมีจำนวนมาก ทำให้บริโภคไม่ทันและผลผลิตก็เน่าเสียทิ้งไปเปล่า ๆ จึงได้ปรึกษาหารือกับบุตรสาว และตัดสินใจทำเครื่องคั้นน้ำมัลเบอร์รี่ จึงลองหาเอกสาร รายงานต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกหม่อน และได้เจอกับเอกสารของโครงการหลวง นำความรู้จากเอกสารมาปรับใช้ เป็นระยะเวลา 5 ปี เนื่องจากปี 2537 อาชีพเลี้ยงโคนมเป็นธุรกิจที่ทำรายได้เป็นจำนวนมาก ทำให้มีรถยนต์ มีบ้าน เป็นระยะเวลา 24 ปี แต่เศรษฐกิจการเงินในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย และเนื่องด้วยปัญหาในเรื่องอายุที่มากขึ้น จึงหันมาทำฟาร์มมัลเบอร์รี่แทนการเลี้ยงโคนม

1.1. ขั้นตอนการปลูกมัลเบอร์รี่หรือลูกหม่อนหม่อน คือ ขุดดินลึกประมาณ 20 เซนติเมตร ระยะห่าง 3-4 เมตร เพื่อไม่ให้ต้นหม่อนหรือมัลเบอร์รี่เบียดกันและได้รับแสงแดดครบทุกส่วนของต้น เมื่อเก็บผลผลิตชุดแรก จึงจะแต่งกิ่งที่มีสีขาวแต่ไม่ควรแต่งกิ่งที่มีสีเขียว เพราะจะทำให้ไม่มีผลผลิตออกมา หลังจากแต่งกิ่ง 45 วันจะเริ่มมีผลสีแดงออกมา แต่งกิ่งโดยการโน้มให้ตาที่อยู่บนกิ่งโดนแสงแดดให้มากที่สุด ใช้เชือกผูกให้กิ่งขาวมีลักษณะโน้มขนานกับแสงแดด และเพื่อให้ง่ายต่อการเก็บเกี่ยวผลผลิต ในส่วนของการรดน้ำนั้น ใช้น้ำหมักจากลูกหม่อนที่เหลือจากการแปรรูปผสมกับน้ำบาดาลสะอาดมารดต้นหม่อน โดยใช้ปั๊มน้ำส่งน้ำไปตามท่อที่วางอยู่โคนต้นแทนการใช้น้ำรดน้ำตอนเย็น แค่นี้ก็ใช้ได้ ใช้เวลาเก็บ 1 ต้น 30 นาที

1.2. ผลลัพธ์ที่ได้จากการเพาะปลูกหม่อนหรือมัลเบอร์รี่ คือ ลูกหม่อนของฟาร์มสายทองออกผลิตผลได้ทั้งปี ทำให้มีรายได้จากการขายผลมัลเบอร์รี่สดและจากแปรรูปผลมัลเบอร์รี่ได้แก่ ซอสสามารถเอาไปทาเป็นทอปปิ้งขนมปังแยม แครกเกอร์ เค้ก ซีสพาย หรืออื่น ๆ ได้ น้ำดื่มและน้ำดื่มเข้มข้น ไม่มีสารกันบูด ไม่แต่งกลิ่นและสี เป็นของธรรมชาติทั้งหมด กวนแบบธรรมชาติ รวมทั้งห้องผลิตผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อ.ย.) ในส่วนของฉลากกับสติ๊กเกอร์กำลังอยู่ในขั้นตอนการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อ.ย.) ถ้าไม่นำผลมัลเบอร์รี่ไปแปรรูปเพื่อจำหน่ายออกไป ผลมัลเบอร์รี่สดจะเน่าเสีย เพราะผลมัลเบอร์รี่มีอายุสั้นแค่ 1 ถึง 2 วันเท่านั้น

2. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการสัมภาษณ์พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมัลเบอร์รี่ของฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย

2.1. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง

2.1.1 ด้านผลสด เจ้าของฟาร์มได้มีการจำหน่ายผลสดให้กับผู้ใช้สินค้าในทางอุตสาหกรรมโดยตรง ไม่ผ่านคนกลางทางการตลาด ผู้ประกอบการในพื้นที่ ตำบลหนองย่างเสือ และบริเวณใกล้เคียงมีการสนับสนุนให้ซื้อสินค้าทางการเกษตร เพื่อส่งเสริมรายได้ให้กับเกษตรกร จึงทำให้ยากที่จะมีช่องทางการกระจายสินค้าเป็นของตนเองอย่างชัดเจน ทำให้จำเป็นต้องเน้นไปที่สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้ากลับไปเป็นของฝาก

2.1.2 แยมมัลเบอร์รี่ ไวน์มัลเบอร์รี่ ซอสและน้ำดื่มมัลเบอร์รี่ มีการวางจำหน่ายโดยตรงที่ฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ทันที

2.2. การเลือกจำนวนคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย

2.2.1 เลือกกระจายครอบคลุมให้มากที่สุด (Intensive Distribution) ฟาร์มสายทองโดยส่วนใหญ่จะเลือกตัวกลางจำหน่ายสินค้าผ่านสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากสินค้าของทางฟาร์มเน้นสินค้าทางการเกษตร

2.2.2 เลือกพ่อค้าเฉพาะที่มีคุณสมบัติเหมาะสม (Selective Distribution) ฟาร์มสายทองมีการตัดสินใจเลือกสรรทางการเกษตรในการฝากจำหน่าย โดยที่สหกรณ์ได้กำหนดระยะเวลาในการส่งสินค้าเพื่อนำไปฝากจำหน่ายอย่างเป็นระบบ

2.2.3 เลือกคนกลางที่ดีที่สุดรายเดียวในอาณาเขตหนึ่ง (Exclusive Distribution) ทางฟาร์มสายทองยังไม่มีกิจการดำเนินงานด้วยระบบการให้สิทธิ์ (Franchise) หรือคนกลาง (ตัวแทน) ในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง เนื่องจากทางฟาร์มมีการดำเนินงานแบบอุตสาหกรรมในครอบครัว จึงไม่มีการกักเก็บสินค้าในจำนวนที่เพียงพอสำหรับการส่งสินค้าให้กับตัวแทนเพื่อนำไปจำหน่าย

2.3. ด้านความร่วมมือภายนอก เนื่องจากทางฟาร์มสายทองได้รับการสนับสนุนจากเกษตรกรอำเภอ และทางจังหวัดสระบุรี รวมถึงรัฐบาลที่สนับสนุนและให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้เข้ากลุ่มเกษตรกรของทางจังหวัดสระบุรี และการรับรองจากองค์การอาหารและยา(อ.ย.) ไม่ได้ใช้สารเคมีในการเพาะปลูกหรือผสมอยู่ในผลิตภัณฑ์ที่ได้นำไปแปรรูป การเปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ที่ต้องการความรู้เข้ามาเที่ยวชมฟาร์มสายทอง

3. เพื่อศึกษาแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่

เนื่องจากผลการศึกษาข้างต้นทั้งสองข้อและจากการสัมภาษณ์พบว่า แนวทางการเพิ่มมูลค่าของมัลเบอร์รี่ของฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ได้มีการใช้กลยุทธ์จนประสบความสำเร็จอย่างล้นหลาม ประกอบด้วย

3.1. กลยุทธ์ทางการตลาด (Market Strategy) ได้แก่

3.1.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมัลเบอร์รี่ของฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ไม่ใช่วัตถุดิบเสีย ได้แก่ มัลเบอร์รี่สด ซอสมัลเบอร์รี่ แยมมัลเบอร์รี่ ไวน์มัลเบอร์รี่ น้ำมัลเบอร์รี่ 100% และน้ำดื่มเข้มข้น

3.1.2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมัลเบอร์รี่ได้กำหนดราคาตามกลุ่มเกษตรกรของทางจังหวัดสระบุรีได้กำหนดไว้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ทางเกษตร และเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีนโยบายสนับสนุนให้คนไทยหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ทางเกษตรมากขึ้น มีการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐาน โดยมีราคาอยู่บนฉลากของผลิตภัณฑ์ทุกตัว

3.1.3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เนื่องจากฟาร์มสายทองได้ออกแสดงสินค้านอกสถานที่และงานเกษตรแฟร์ของจังหวัดสระบุรี โดยได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้าเกษตรจังหวัด รวมถึงศูนย์ท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี ได้ช่วยประสานงานให้กับเจ้าของฟาร์ม ทำให้ฟาร์มสายทองเป็นฟาร์มแรกของตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ที่ได้ไปจัดแสดงสินค้านอกสถานที่ในงานเกษตรของอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

3.1.4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เนื่องจากทางฟาร์มสายทองไม่มีงบประมาณด้านการโฆษณาภาพพอ จึงได้ใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสำนักงานเกษตรอำเภอหมวกเหล็ก ออกจัดแสดงสินค้านอกสถานที่ ทำให้ลูกค้าที่มาซื้อสินค้ามีการบอกต่อกัน การแชร์หรือส่งต่อข้อมูลบนทางอินเทอร์เน็ต และการแนะนำของทางจังหวัด หนังสือพิมพ์ รวมถึงนิตยสาร Voyage มาสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวจึงเห็นฟาร์มสายทองบนช่องทางการสื่อสาร

3.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม การเพิ่มมูลค่าของสินค้าในฟาร์มสายทอง แสดงให้เห็นถึงการทำให้วัตถุดิบทางการเกษตรมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ไวน์ ซึ่งได้จากการแปรรูปของมัลเบอร์รี่อันเป็นผลผลิตทางการเกษตร ซอสมัลเบอร์รี่ น้ำมัลเบอร์รี่และแยมมัลเบอร์รี่ ซึ่งได้จากการแปรรูปผลสดมัลเบอร์รี่อันเป็นผลผลิตทางการเกษตร

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี พบว่า

1. เพื่อศึกษาวิธีการเพาะปลูกมัลเบอร์รี่ ต้องเริ่มจากการศึกษาลักษณะพื้นที่ในการเพาะปลูก ขั้นตอนในการปลูก การดูแล การใส่ใจ และนำความรู้จากเอกสารมาปรับใช้ จะทำให้ได้ผลผลิตที่ดีและมีคุณภาพ เวลาเก็บเราต้องมีความปราณี ละเอียด และที่สำคัญต้องมีความรักที่จะทำ

2. เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย มีการร่วมมือกับองค์กรของรัฐบาลที่สนับสนุนสินค้าทางเกษตรการจัดส่งสินค้าไปฝากจำหน่ายหรือไปจำหน่ายให้กับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงทำให้เกิดผลสำเร็จในการจัดจำหน่ายสินค้าและเสริมสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

3. เพื่อศึกษาแนวทางเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของมัลเบอร์รี่ เนื่องจากการแปรรูปมัลเบอร์รี่ เป็นการลดการล้นตลาดของสินค้าเกษตรกร ทำให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลาย ในราคาที่เหมาะสมและผู้บริโภคยอมรับได้ การหาช่องทางการตลาดเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์แปรรูปของฟาร์มสายทอง มีการกระจายไปในพื้นที่รอบข้าง ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการเพิ่มมากยิ่งขึ้นในตลาด

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ตระกูลโชคอำนวย เรื่องนวัตกรรมการผลิตข้าว การแปรรูปข้าวและการค้าข้าวในประเทศไทย ว่ากระบวนการเพิ่มมูลค่าเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจของผู้บริโภค และเป็นกระบวนการที่ทำให้มูลค่าสินค้าเพิ่มขึ้นด้วยการสร้างนวัตกรรมในกระบวนการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ สกุลสุระเอกพงศ์ เรื่องมูลค่าเพิ่มเชิงผลิตภัณฑ์และบริการในกิจการเพื่อสังคม ว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าสามารถนำเอาสิ่งดี ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์หรือมีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาโดยอาจทำการผลิตสินค้าที่แปลกใหม่จากวัสดุที่มีในท้องถิ่นหรือการสร้างสรรค์ การสืบสานผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าเทียบเท่าผลิตภัณฑ์เก่า แต่ปรับปรุงให้เกิดการร่วมสมัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ฟาร์มสายทอง ตำบลหนองย่างเสือ อำเภอหมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี เห็นถึงความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดของผลิตผลทางเกษตร แต่จากการศึกษาวิธีการที่ผ่านมา ทางฟาร์มสายทองต้องการหาช่องทางจัดจำหน่ายหรือการมีตลาดรองรับสินค้าของทางฟาร์มเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอว่า

1. สำหรับฟาร์มสายทอง ควรมีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอสินค้าในรูปแบบที่หลากหลายและมีขึ้นเชิงในการปรับใช้กลยุทธ์หากมีคู่แข่งเข้ามาในตลาด
2. สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูป ควรมีการคิดผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ให้มากกว่านี้ เนื่องจากเป็นสินค้าทางเกษตรทำให้มีผู้สนใจไม่มาเท่าที่ควร จึงควรที่จะทำให้สินค้าสามารถขึ้นไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือ ร้านค้าทั่วไปได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาผู้ให้ข้อมูลคือ นางสายสุนีย์ สุวรรณดี หรือ ป้าน้อย ที่เป็นเจ้าของฟาร์มสายทอง ปลูกมัลเบอร์รี่หรือลูกหม่อน และ พีบีวัลเลย์รีสอร์ทกับสวนบิกเต้ ที่รับผลมัลเบอร์รี่ทั้งแบบแปรรูปและยังไม่แปรรูปไปขาย เพียงด้านการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดเท่านั้น ดังนั้นการศึกษารังต่อไปควรศึกษาข้อมูลจากส่วนอื่น ๆ หรือคู่แข่งอื่นที่ใกล้เคียงกับบริเวณฟาร์มสายทอง เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในครั้งนี้ว่าสอดคล้องหรือมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เป็นประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. การขับเคลื่อนนโยบาย Smart Farmer ของจังหวัด. สืบค้นได้จาก:

<https://www.opsmoac.go.th/ewt>

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. หม่อน. สืบค้นได้จาก: <http://www.phargarden.com/main>

พรทิพย์ ต้นเกตุ.2559.ปัจจัยที่สำคัญในความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจฟาร์มสายทอง อำเภอมวกเหล็ก

จังหวัดสระบุรี. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ม.ป.ป. มัลเบอร์รี่ ความต้องการสูง ปลูกง่าย. สืบค้นได้จาก: <http://www.thaiarcheep.com/> มัลเบอร์รี่-ความต้องการ

สูง-ปลูกง่าย.html

สมจิต โยระคง. เกษตรกรรมกับสังคมไทย. สืบค้นจาก <http://agri.stou.ac.th/UploadedFile.pdf>

สำนักงานหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เขต 1 กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. ลักษณะทั่วไปของหม่อน.

สืบค้นจาก: http://www.qsds.go.th/qsis_nort/file_upload.pdf

Michael E. Porter. (2001). Harvard Business Review (ครั้งที่พิมพ์ 11). United States of America: Harvard

Business School Publishing Corporation.