



การประชุมเชิงวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ครั้งที่ 4
2 - 3 กรกฎาคม 2558
ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่



ประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อนุสนธิประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘
ได้แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไปแล้ว นั้น เนื่องด้วยมีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ตั้งนั้น เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัย
แม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ และแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ
พิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

- | | | |
|-----|--------------------------------|----------------|
| ๑. | รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์ | แสงอาสภวิริยะ |
| ๒. | รองศาสตราจารย์ ดร.บุญพรรณ | วิงวอน |
| ๓. | รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม | วงศ์สารศรี |
| ๔. | รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย | ตันษ์จิตานนท์ |
| ๕. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ | ศิริวงศ์ |
| ๖. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิชานรณ์ | ธนิตเบญจสิทธิ์ |
| ๗. | รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ | สมยานะ |
| ๘. | รองศาสตราจารย์จำเนียร | บุญมาก |
| ๙. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร | ศิริโกคากิจ |
| ๑๐. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช | สมกันธา |
| ๑๑. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา | สุระ |
| ๑๒. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช | ชุลิกาวิทย์ |
| ๑๓. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา | สุกเพชร |
| ๑๔. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ | สัมฤทธิ์สกุล |
| ๑๕. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ | อวิโรธนานนท์ |
| ๑๖. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา | ศรีนถาวรณ |

๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์...


๑๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชามพ	พันธุ์แพ
๑๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	อินตะขันธ์
๑๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญโญ	เดชเถลิง
๒๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา	คภะสุวรรณ
๒๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดถนอม	ตันเจริญ
๒๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์	เมียนกำเนิด
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสรี	ปานชาง
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์	ท้วมรุ่งโรจน์
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส	หยุดเย็น
๒๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดณ์	ชมระกา
๒๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ	พองเพชร
๒๘.	อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์	กล่อมทองเจริญ
๒๙.	อาจารย์ ดร.กัญฐณา	ดิษฐ์แก้ว
๓๐.	อาจารย์ ดร.กุลชญา	แวนแก้ว
๓๑.	อาจารย์ ดร.เขมกร	ไชยประสิทธิ์
๓๒.	อาจารย์ ดร.จำเนียร	จวงตระกูล
๓๓.	อาจารย์ ดร.ชนันธมา	คิวโมกษธรรม
๓๔.	อาจารย์ ดร.ชัชชัย	สุจริต
๓๕.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	ใบไม้
๓๖.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	โฆษภัทรพิมพ์
๓๗.	อาจารย์ ดร.ฐิติกุล	ไชยวรรณ
๓๘.	อาจารย์ ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี
๓๙.	อาจารย์ ดร.ชนศักดิ์	ต้นตินาคม
๔๐.	อาจารย์ ดร.ธีรวัลักษณ์	สัจจะวาที
๔๑.	อาจารย์ ดร.นทีทิพย์	สรรพตานนท์
๔๒.	อาจารย์ ดร.นิตศักดิ์	เจริญรูป
๔๓.	อาจารย์ ดร.เบญจวรรณ	สุจริต
๔๔.	อาจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิตย์
๔๕.	อาจารย์ ดร.ปิติมา	ดิศกุลเนติวิทย์
๔๖.	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์
๔๗.	อาจารย์ ดร.เฟด็จ	ทุกษ์สุญ
๔๘.	อาจารย์ ดร.พรรณีภา	เกสัชพิพัฒน์กุล

๔๙. อาจารย์...

๔๙.	อาจารย์ ดร.ภัทริกา	มณีพันธ์
๕๐.	อาจารย์ ดร.มาณวิน	สงเคราะห์
๕๑.	อาจารย์ ดร.รัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร
๕๒.	อาจารย์ ดร.วันนิวัต	ปิ่นสุวงศ์
๕๓.	อาจารย์ ดร.ศรุต	วรุณกุล
๕๔.	อาจารย์ ดร.อนุชา	กันทรดุษฎี
๕๕.	อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร
๕๖.	อาจารย์ ดร.อัจฉราพร	แปลงมาลัย
๕๗.	อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์	มารังค์

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม)
Patterns and Strategies business operation of Rosoe apple garden.
Sumalee (Mrs. Jim)

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ ศุภสิทธิ์ ตระการพงศ์² และ สุทธิพัฒน์ ชาวัน²

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษานิเทศศาสตร์ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินการของธุรกิจจำหน่ายชมพู่เพชรสายรุ้ง (2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจจำหน่ายชมพู่เพชรสายรุ้ง (3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบการธุรกิจจำหน่ายชมพู่เพชรสายรุ้ง โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยระเบียบวิธีวิจัยปรากฏการณ์วิทยา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าของธุรกิจ และลูกจ้างกับลูกค้าจำนวน 10 คน ผลการศึกษาพบว่า (1) รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจด้วยการผลิตเป็นขั้นตอนเพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพที่ดี (2) กลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์แบบ 4Ps เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมาย (3) ปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบการธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและสามารถพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพได้

คำสำคัญ : รูปแบบ, กลยุทธ์, การดำเนินธุรกิจ, กิจการสวนชมพู่

Abstract

Objectives of this research are (1) For study the operation patterns of the selling Rosoe apple business. (2) For study the strategies of the selling Rosoe apple business. (3) For study the problems and obstacles in the part from the operation of the selling Rosoe apple business. This research using qualitative research methods phenomenological methodology Data were collected by in-depth interviews. The givers who give main information are the owner and 10 employees. The result of this research found (1) The operation patterns of business by production on step for high-quality products. (2) The operation strategies of business by using 4Ps strategy for penetrate the target market. (3) The problem and obstacles in the part from the operation of business in order to be the trend to improve and can develop business efficiently

Keyword: Patterns, The Strategies, Business, Rosoe apple garden

1. บทนำ

หากจะกล่าวถึงสภาพภูมิอากาศไทยของเรานั้นถือได้ว่าเป็นประเทศที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก สามารถเจริญเติบโตได้ในทุกสภาพพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ดินที่เหมาะสมแก่การปลูก ได้แก่ ดินร่วนปนทราย และดินร่วนเหนียว เป็นต้น ยิ่งในบริเวณเขตที่ราบลุ่มในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีสภาพความเป็นกรดเป็นด่างสูงเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชพรรณ ผลไม้ต่างๆ อาทิ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปลูกสับปะรด ทูเรียนปาละฮูและกล้วยหอมกะเหรี่ยง จังหวัดกาญจนบุรี มะพร้าวหอม และจังหวัดเพชรบุรี ชมพูเมืองเพชร

ชมพูเมืองเพชรสายรุ้ง จัดเป็นผลไม้ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรี เป็นผลไม้ที่ปลูกในจังหวัดเพชรบุรีมาตั้งแต่ปี 2378 หรือเมื่อประมาณ 174 ปี ที่แล้ว แหล่งที่ปลูกที่ดีที่สุดอยู่บริเวณสองฝั่งแม่น้ำเพชร ตั้งแต่อำเภอ แก่งกระจาน อำเภอท่ายาง อำเภอบ้านลาด อำเภอเมืองเพชรบุรีจนถึง อำเภอบ้านแหลม ผู้บริโภคนิยมซื้อเป็นของฝากทำให้ชมพูเมืองเพชรสายรุ้งเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแต่ปัจจุบันมีการนำชมพูชนิดอื่นที่มีลักษณะคล้ายผลชมพูเมืองเพชรสายรุ้งนำมาขายในนามชมพูเมืองเพชรสายรุ้งทำให้ความนิยมชมพู่เมืองเพชรสายรุ้งเป็นของฝากลดน้อยลงเนื่องจากคุณภาพผลผลิตและรสชาติไม่ดีเท่าที่ควรประกอบด้วย ต้นทุนการผลิตชมพูเมืองเพชรสายรุ้งสูงกว่าชมพูชนิดอื่นๆ เพราะต้องใช้น้ำในการห่อและการเก็บผลรวมทั้งต้องมีการดูแลรักษาอย่างประณีตทำให้พื้นที่ปลูกชมพูเมืองเพชรสายรุ้งลดลงเป็นจำนวนมาก (พีรเดช ทองอำไพ, 2511)

สวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้งของคุณสุมาลี เป็นสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้งที่ผลิตและจัดจำหน่ายมาเป็นเวลานานกว่า 30 ปีแล้ว อยู่ในพื้นที่ตำบลท่าไม้รวก อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี เป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่และผู้ที่ผ่านมาแล้วได้มาลิ้มลองความอร่อยของชมพูเมืองเพชรสายรุ้งที่สวนของคุณสุมาลี โดยที่สวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้งของคุณสุมาลีนั้นจะให้ความสำคัญกับคุณภาพและรสชาติของชมพูเมืองเพชรสายรุ้งเป็นอย่างมาก จำหน่ายทั้งปลีกและส่ง ซึ่งผู้ที่ได้ซื้อไปรับประทานและซื้อไปเป็นของฝากกันนั้นถูกใจจนต้องกลับมาซื้ออีก

จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาและทำความรู้จักกับคุณสุมาลีเจ้าของกิจการสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้งมากยิ่งขึ้น ว่ามีรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างไร ถึงได้สามารถทำให้อกิจการสามารถดำรงอยู่มาได้เป็นเวลานานกว่า 30 ปี และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่และผู้ที่ผ่านมา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี(เจ๊จิม) ที่ทำให้ความสำเร็จของสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้งสามารถดำรงธุรกิจได้มาจนถึงปัจจุบันรวมถึงในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง วิธีการรับมือและการแก้ปัญหาเพื่อทราบถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจของสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้ง โดยหวังว่าข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้งอื่นๆในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินการของธุรกิจจำหน่ายสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้งของคุณสุมาลี (เจ๊จิม)
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจจำหน่ายสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้ง ของสวนชมพูเมืองเพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม)

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบการธุรกิจจำหน่ายชมพูเพชรสายรุ้ง ของสวนชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ้จิม)

3. ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ สวนชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี(เจ้จิม)
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษารูปแบบในการทำธุรกิจของ สวนชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี(เจ้จิม) กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่ง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายชมพูเพชรสายรุ้ง
3. ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ได้แก่ เจ้าของกิจการสวนชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี(เจ้จิม) และลูกจ้างกับลูกค้า 10 คน
4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาการศึกษาวิจัยเริ่มศึกษาตั้งแต่เดือนเมษายน 2558- พฤษภาคม 2558 รวมระยะเวลา 2 เดือน

4. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง (เพ็ญศรี เลิศเกียรติวิทยา, 2548)

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ ในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้านซึ่งอาจพิจารณา ลักษณะผู้ประกอบการจากพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือ เป็นคนที่มีมองเห็นโอกาส และช่องทางในการสร้างธุรกิจขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ
2. เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) ของการดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร เป็นต้น
3. ยอมรับความเสี่ยง (Risk) อันอาจจะเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือตัดสินใจอย่างฉับไว และรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้
4. มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General management) ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร
5. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance intention) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต และกำไรจากการดำเนินธุรกิจ (นิรวรรณ จันทวงศ์, 2551)

คุณสมบัติของผู้ประกอบการ การประกอบธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จ จะต้องอาศัย เจ้าของหรือผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่ตีความเหมาะกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ภายใต้ความไม่แน่นอนที่มีอยู่ตลอดเวลา

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2542) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของเจ้าแก้มใหม่ที่ประสบความสำเร็จได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้มองเห็นโอกาสและหาช่องทางทางการค้าตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมทั้งจะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาส อย่ามัวรีรอ มิฉะนั้น จะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ
3. ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม หรือสร้างสรรค์ ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ ออกสู่ตลาดที่มีสภาพ การแข่งขันสูง
4. ต้องเป็นคนที่ไม่ทอดง่าย มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จะต้องประสบกับปัญหามากมาย เจ้าแก้มหรือผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้ จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง
5. ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ
6. ต้องเป็นคนที่วิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกกลุ่มนอกทาง สามารถมุ่งไปสู่อนาคต ด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน
7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำได้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูล และการได้รับความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ จากเพื่อน ๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมผู้ประกอบการสามารถเลือกประกอบการได้หลายรูปแบบตามความเหมาะสมของเงินทุนในการประกอบการ ความพร้อมของทรัพยากร ขนาดและประเภทธุรกิจของธุรกิจที่มีความประสงค์จะดำเนินการ ดังนั้นก่อนการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาขีดความสามารถของตนเองว่าควรจะดำเนินการจัดตั้งรูปแบบใด รูปแบบขององค์กรธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในวงการธุรกิจของประเทศไทย จำแนกรูปแบบได้ดังต่อไปนี้ (อรทัย วาณิชดี, 2545), (สุดาทิพย์ ต้นดินกุลชัย และศักดา หงส์ทอง, 2547)

1. กิจการเจ้าของคนเดียว

กิจการเจ้าของคนเดียว คือ กิจการที่มีบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของหรือลงทุนคนเดียว ควบคุมการดำเนินงานทั้งหมด เมื่อกิจการประสบผลสำเร็จมีผลกำไรก็จะได้รับผลประโยชน์เพียงคนเดียว ในขณะที่เดียวกันก็ยอมรับความเสี่ยงภัยจากการขาดทุนเพียงคนเดียวเช่นกัน กิจการประเภทนี้มีอยู่ทั่วประเทศจำนวนมาก ได้รับความนิยมสูงสุดและเป็นธุรกิจที่เก่าแก่ที่สุด การดำเนินงานไม่สลับซับซ้อน มีความคล่องตัวสูงในการตัดสินใจดำเนินงาน กิจการมีขนาดเล็กกว่าธุรกิจประเภทอื่น ตัวอย่างกิจการประเภทนี้ เช่น หาบแร่แผงลอย ร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง ร้านเสริมสวย ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า การทำไร่ การทำนา เป็นต้น

2. ห้างหุ้นส่วน

ห้างหุ้นส่วน คือ สัญญา ซึ่งบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปตกลงเข้ากัน เพื่อกระทำการกิจการร่วมกัน ด้วยประสงค์จะแบ่งปันกำไรอันจะพึงได้แก่กิจการที่ทำนั้น สรุปได้ว่ากิจการห้างหุ้นส่วน คือ กิจการที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันลงทุนและดำเนินกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแบ่งผลกำไรที่ได้จากการดำเนินงาน ซึ่งธุรกิจประเภทนี้สืบต่อมาจากธุรกิจเจ้าของคนเดียว เมื่อกิจการดำเนินงานก้าวหน้า

ขึ้น ต้องการเงินทุนและการจัดการเพิ่มขึ้น จึงต้องหาบุคคลที่ไว้วางใจได้เข้ามาเป็นหุ้นส่วนร่วมดำเนินงาน ทำให้กิจการมีขนาดใหญ่ขึ้นการบริหารงานมีประสิทธิภาพมีสูงกว่าเดิม

3. บริษัทจำกัด

บริษัทจำกัด คือ บริษัทประเภทซึ่งตั้งขึ้นด้วยแบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าหุ้นเท่า ๆ กัน โดยผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังสงใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ตนถือ การประกอบกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัดนี้เป็นที่นิยมมาก เพราะการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มักต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก การระดมเงินทุนกิจการในรูปแบบนี้จัดทำได้ง่ายและได้จำนวนมาก นอกจากเงินทุนที่ได้จะได้จากเจ้าของกิจการผู้เริ่มก่อตั้งแล้ว ยังมีการระดมเงินทุนจากบุคคลทั่วไปด้วย รวมทั้งการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพโดยผู้บริหารที่มีความสามารถร่วมกันดำเนินกิจการ ส่งผลให้เป็นกิจการที่มีความมั่นคงและน่าเชื่อถือมากประเภทหนึ่ง

บริษัทมหาชนจำกัด บริษัทมหาชนจำกัดมีโครงสร้างเหมือนกับบริษัทจำกัด คือ มีผู้ลงทุนเรียกว่า ผู้ถือหุ้น รับผิดชอบจำกัดไม่เกินจำนวนเงินค่าหุ้นที่ยังไม่ชำระมีคณะกรรมการเป็นผู้บริหาร แต่มีลักษณะบางประการที่แตกต่างจากบริษัทจำกัด คือ

- 1) มีกลุ่มผู้ก่อการเป็นบุคคลธรรมดาตั้งแต่ 15 คนขึ้นไป และมีกรรมการตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป
- 2) มีผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 100 คนขึ้นไป
- 3) ต้องมีทุนที่ชำระด้วยตัวเงินไม่น้อยกว่า 5 ล้านบาท โดยมีมูลค่าหุ้นละเท่า ๆ กัน และจะต้องมีมูลค่าไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 20 บาท และไม่เกินหุ้นละ 100 บาท

4. สหกรณ์

สหกรณ์ คือธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่จัดตั้งและดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่มีความประสงค์อย่างเดียวกันร่วมกันจัดตั้งลงทุน ดำเนินการและเป็นเจ้าของร่วมกันด้วยความสมัครใจ ทำหน้าที่ในธุรกิจเพื่อช่วยเหลือสมาชิก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อขจัดปัญหาความเดือดร้อนทางเศรษฐกิจและสังคมในหมู่สมาชิก รวมทั้งรักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของสมาชิกให้ดีขึ้น เช่น สหกรณ์ครู เป็นต้น

5. รัฐวิสาหกิจ

รัฐวิสาหกิจ หมายถึง องค์กรของรัฐบาล หน่วยงานธุรกิจที่รัฐบาลเป็นเจ้าของหรือบริษัทห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ที่ส่วนราชการหรือหน่วยงานธุรกิจของรัฐบาลมีทุนรวมอยู่ด้วยเกินกว่าร้อยละ 50 มีการบริหารงานอยู่ระหว่างระบบราชการและระบบธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์

กลยุทธ์ หมายถึง แผนการที่คิดขึ้นอย่างรอบคอบ มีลักษณะเป็นขั้นเป็นตอน มีความยืดหยุ่นพลิกแพลงได้ตามสถานการณ์ มุ่งหมายเพื่อเอาชนะคู่แข่งขั้นหรือเพื่อหลบหลีกอุปสรรค ต่างๆ จนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ กลยุทธ์มีความหมายเดียวกันกับคำว่า ยุทธศาสตร์ ใช้ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับการรบ มาจากภาษาอังกฤษว่า Strategy ใช้ในยุคแรกเกี่ยวกับการทหารและการสงคราม หมายถึงศิลปะในการวางแผนยุทธศาสตร์และการรบเพื่อเอาชนะศัตรู มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก ว่า Strategia หมายถึง การบัญชาการกองทัพ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2549) ในทางประวัติศาสตร์แนวคิดเชิงกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ ถือกันว่าตำราพิชัยสงครามของซุนวู นักยุทธศาสตร์ชาวจีนเมื่อประมาณ 2,400 ปีมาแล้ว มีชื่อเสียงและได้รับการอ้างอิงมากที่สุด โดยฉบับภาษาอังกฤษชื่อว่า The Art of War สำหรับการบริหารทั่วไปและการบริหารธุรกิจ ความสนใจใน

การใช้กลยุทธ์เพื่อวางแผนธุรกิจเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1950 เมื่อมูลนิธิฟอร์ด ภายใต้การนำของโรเบิร์ต แมคนามารา (Robert McNamara) อดีตผู้บัญชาการทหารสูงสุดของสหรัฐอเมริกาในระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง ร่วมกับมูลนิธิคาร์เนกี (Carnegie Foundation) ได้สนับสนุนให้นักวิชาการของมหาวิทยาลัยต่างๆ วิจัยเชิงประยุกต์ยุทธศาสตร์ทางทหาร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนทางการบริหาร (ปกรณัม ปรียากร, 2544)

นอกจากนั้น นายอวยชัย วัฒนา ได้ให้ความหมายของกลยุทธ์ว่า กลยุทธ์เป็นแผนการที่คิดขึ้นอย่างรอบคอบ มีลักษณะเป็นขั้นเป็นตอนมีความยืดหยุ่นพลิกแพลงตามสถานการณ์ มีความมุ่งหมายเพื่อเอาชนะคู่แข่งขั้นหรือเพื่อหลบหลีกอุปสรรคต่าง ๆ จนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (อวยชัย วัฒนา, 2554)

5. ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) เป็นการวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยาที่อาศัยแนวคิดและโลกทัศน์จาก “ปรัชญาปรากฏการณ์วิทยา” โดยวิธีการนี้เป็นวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆที่ตัวเองประสบโดยมีฐานความคิดว่า มนุษย์จะรู้ดีในสิ่งที่ตนเองประสบและเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเป็นหลัก และรวบรวมข้อมูลเอกสารเป็นส่วนประกอบ มีวิธีดำเนินการวิจัยโดยแบ่งขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเลือกพื้นที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selective) โดยพื้นที่อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ด้วยเหตุผลสำคัญคือ ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว

2. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ท้าววิจัยเลือกที่จะสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) และลูกจ้าง 3 คนกับลูกค้า 7 คน ซึ่งได้สำรวจจากลูกจ้างที่ทางเจ้าของกิจการได้จ้างมาจำนวน 3 คน เพื่อศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชมพู่เพชรสายรุ้ง และ สํารวจลูกค้าจำนวน 7 คนที่มาซื้อผลผลิตชมพู่เพชรสายรุ้งว่ามีความรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

3.1 ประเภทบุคคล ได้แก่ ตัวผู้วิจัย การวิจัยครั้งนี้ตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพราะการวิจัยที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการได้สัมผัสกับคนโดยตรง ดังนั้น การได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุดนั้นต้องขึ้นอยู่กับการวางตัวของผู้วิจัย การกำหนดบทบาท การสร้างความคุ้นเคย และความไว้วางใจให้เกิดแก่ผู้ถูกวิจัยให้ได้มากที่สุด

3.2 ประเภทเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

3.2.1 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สร้าง แนวคำถามที่ต้องการ (Interview Guide) เพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้ คือแนวคำถามสำหรับผู้ประกอบการกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) ลูกจ้างและลูกค้าจำนวน 10 คน

3.2.2 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้วิธีสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งการตรวจสอบออกเป็น 1) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านสถานที่ เวลา และบุคคล เพื่อดูว่าเมื่อเก็บข้อมูลต่างสถานที่ เวลา และบุคคล ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกันหรือไม่ 2) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัย เพื่อตรวจสอบข้อมูลว่า หากมีการเปลี่ยนผู้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกันหรือไม่ โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกต และ 3) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการ เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันแล้ว ข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกันหรือไม่ เช่น การซักถามควบคู่กับการสังเกต พร้อมศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มาประกอบด้วย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลทั้งหมดจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้งแบบคำต่อคำและแยกประเภทจัดหมวดหมู่ข้อมูลนำมาเรียบเรียงตีความหมายข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ก่อนศึกษา สรุปผลของการศึกษาและข้อเสนอแนะ จากนั้นจึงรายงานผลการศึกษาด้วยการพรรณนาวิเคราะห์

6. ผลการวิจัย

ประวัติความเป็นมาของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม)

จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง การปลูกสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง เนื่องจากชมพู่เพชรสายรุ้งเป็นสายพันธุ์ที่ให้ผลผลิตที่มีมูลค่าทางการตลาดสูง สามารถสร้างผลกำไรให้กับเจ้าของกิจการได้เป็นอย่างดี และอีกทั้งยังเป็นสายพันธุ์ที่มีรสชาติหวาน กรอบ และมีคุณภาพมาเป็นระยะเวลา 30 ปีแล้ว ช่วงเริ่มแรกได้ปลูกต้นชมพู่เพชรสายรุ้งจำนวน 25 ต้น ภายหลังมีการปลูกต้นชมพู่เพิ่มเป็น 40 ต้น โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันมีต้นชมพู่เพชรสายรุ้งจำนวน 65 ต้น ได้ทำตัวบ่งชี้ โดยมีการจดทะเบียนให้เป็นชมพู่เพชรสายรุ้ง ความโดดเด่นของชมพู่เพชรสายรุ้งคือ เนื้อหนา รสชาติหวานและกรอบ ผลชมพู่จะมีสีเขียวอ่อนปนชมพู มีแถบสีชมพูเป็นริ้วเหมือนสายรุ้ง

รูปแบบการดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม)

กิจการการจำหน่ายชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) ในพื้นที่ ตำบลท่าไม้รวก อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี คุณสุมาลี ฉ่าชะเอม เป็นเจ้าของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง สวนชมพู่เพชรสายรุ้ง โดยคุณสุมาลี ฉ่าชะเอม เป็นผู้ประกอบกิจการเพียงคนเดียวที่สืบต่อจากครอบครัว สถานที่ตั้งของสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) เป็นบ้านที่เจ้าของกิจการใช้อาศัยใน อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี หน้าบ้านมีป้ายบ่งบอกชื่อร้านชัดเจน คือ ชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) ผู้ประกอบการได้เลือกใช้อาศัยบ้านเป็นสถานที่ประกอบกิจการ ร้านชมพู่เพชรสายรุ้ง เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง มิถุนายน หลังจากเดือนมิถุนายนจะเป็นช่วงพักต้น เกษตรกรใช้ช่วงเวลาดังกล่าวในการตัดแต่งกิ่งและบำรุงต้น ทางสวนชมพู่เพชรสายรุ้งส่งสินค้าไปจำหน่ายยังตลาด อดก. และจำหน่ายชมพู่หน้าร้านเพื่อเป็นของฝากสำหรับผู้บริโภคที่เดินทางผ่านไปมา ส่วนมากเพื่อนำไปเป็นของฝาก ทางกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้งยังจัดกระเช้าให้โดยไม่คิดมูลค่าสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการทำเป็นของฝาก มีการค้าส่งและการค้าปลีก ส่วนมากเป็นลูกค้าประจำและมีการบอกต่อไปยังลูกค้ารายใหม่

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม)

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) โดยมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง โดยใช้กลยุทธ์แบบ 4Ps ในการดำเนินธุรกิจดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลผลิต (Product) คือ การผลิตชมพู่เพชรสายรุ้งที่มีคุณภาพที่ดีและมีรสชาติที่ถูกใจผู้บริโภค ด้วยการเพาะปลูกด้วยดินและแหล่งน้ำที่มีคุณภาพของจังหวัดเพชรบุรีโดยในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปีจะมีการเร่งผลผลิตโดยใช้สารเคมีเพื่อให้ออกผล และมีการฉีดพ่นยาฆ่าแมลงเพียงหนเดียว และหลังจากนั้น 2 เดือน เป็นช่วงของการห่อผลผลิตเพื่อป้องกันแมลงและช่วยทำให้ผลชมพู่ไม่เน่าเสียโดยที่นี้ใช้ถุงหนังสือพิมพ์ในการห่อ เพราะให้ผลผลิตที่ดีกว่าการห่อโดยใช้ถุงพลาสติก ถัดจากนั้น 1 เดือน เป็นช่วงที่ผลผลิตชมพู่สามารถเก็บนำมาขายได้ และก่อนการเก็บผลชมพู่ 1 สัปดาห์นั้น งดให้น้ำเพื่อให้เนื้อของผลชมพู่หวาน กรอบ ซึ่งที่สวนชมพู่ของคุณสุมาลีนั้นเลือกเก็บผลชมพู่ที่แก่ เพราะคุณสุมาลีบอกว่าจะให้เนื้อที่มีความหวานและกรอบอร่อยมาก

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) คือ การกำหนดราคาของเจ้าของกิจการ มีกลยุทธ์ในการกำหนดราคาที่เหมาะสม และไม่มีการปรับเปลี่ยนราคา โดยยึดราคาเดียวไม่เปลี่ยนแปลงราคาในการจำหน่ายชมพู่แต่ละขนาดเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการจดจำราคาได้ โดยใช้วิธีกำหนดราคาคือ

(1) กำหนดราคาตามลูกค้า คือกำหนดราคาที่ทำให้ลูกค้าสามารถยอมรับได้และเต็มใจที่จะซื้อ

(2) กำหนดราคาตามตลาด คือกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด แต่จะมีการปรับลดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและเห็นว่ามียุทธศาสตร์ที่ต่ำกว่าคู่แข่ง

ที่สวนชมพู่เพชรสายรุ้งมีการตั้งราคาตามขนาดของผลชมพู่แต่ละขนาดดังนี้

ขนาดใหญ่ ราคาอยู่ที่กิโลกรัมละ 150 บาท มีประมาณ 12-15 ผลต่อ 1 กิโลกรัม

ขนาดกลาง ราคาอยู่ที่กิโลกรัมละ 100 บาท มีประมาณ 17-20 ผลต่อ 1 กิโลกรัม

ขนาดเล็ก ราคาอยู่ที่กิโลกรัมละ 50 บาท มีประมาณ 25-30 ผลต่อ 1 กิโลกรัม

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ มี 2 ช่องทางในการจำหน่ายชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) ดังนี้

(1) มีการจัดจำหน่ายในสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) เพื่อลูกค้าที่มาซื้อชมพู่เพชรสายรุ้งเป็นประจำสามารถเดินทางได้สะดวก และสามารถจดจำได้ง่าย

(2) การส่งออกผลผลิตชมพู่เพชรสายรุ้งไปยังตลาดนอก และมีพ่อค้าแม่ค้ามารับซื้อไปขายด้วยเช่นกันโดยพ่อค้าแม่ค้าที่รับซื้อไปจะเหมาเป็น 10 กิโลขึ้นไป เพื่อนำไปขายต่อตามสถานที่ต่างๆ

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ การรับจัดกระเช้าใส่ชมพู่เพชรสายรุ้งให้มีความสวยงาม โดยไม่คิดค่าแรงในการจัดกระเช้าเพิ่มคิดแต่เพียงค่ากระเช้า

ปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบการธุรกิจของกิจการสวนชมพู่เพชรสายรุ้งคุณสุมาลี (เจ๊จิม)

ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากสวนชมพู่เพชรสายรุ้ง มีดังนี้

1. ปัญหาด้านภัยธรรมชาติ คือ การเกิดฝนตกหนักและพายุ จะทำให้ชมพู่เกิดการเน่าเสียทำให้ผลผลิตออกไม่ตรงตามฤดูกาลที่คาดไว้ เมื่อมีพายุเข้าทางเจ้าของกิจการก็จะได้รับผลกระทบคือขาดทุน โดยผลผลิตที่เน่าเสียจะถูกทิ้งทันที

2. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต คือ ปัจจุบันมีค่าแรงงานที่สูงและราคาไม้ที่ใช้ทำนังร้านมีราคาสูง คุณสุมาลีกล่าวว่าการเกิดฝนตกหนักและภายในนั้นเป็นเหตุการณ์ธรรมชาติที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ จึงไม่สามารถแก้ไขอะไรได้ ซึ่งในช่วงที่ผลผลิตออกผลนั้นก็ในช่วงที่ไม่ค่อยเกิดฝนตกหนักและพายุอยู่ แล้วจึงประสบปัญหานี้ไม่บ่อยนัก แต่ในเรื่องของราคาไม้ที่ใช้ทำนังร้านที่มีราคาสูงนั้น คุณสุมาลีกล่าวว่าแก้ไขโดยการตัดต้นชมพูให้เตี้ยลงและไม่ใช้นังร้านเพื่อเป็นการลดต้นทุนในซื้อไม้มาทำนังร้าน อาจจะได้ผลผลิตที่น้อยลงแต่คุ้มกับค่าแรงที่ต้องจ้างคนมาห่อผลและการทำงานนังร้าน

3. ปัญหาด้านเศรษฐกิจ คือ ในช่วงปัจจุบันที่ประเทศไทยของเรานั้นมีเศรษฐกิจที่ซบเซา ผู้คนก็จับจ่ายใช้สอยกันน้อยลง เลือกรซื้อของที่มีราคาไม่แพงและประหยัดกันมากขึ้น ซึ่งชมพูเพชรสายรุ้งเป็นพันธุ์ที่มีราคาสูงเมื่อเทียบกับชมพูพันธุ์อื่นๆอยู่แล้ว ก็ได้รับผลกระทบบ้าง จากการที่คนซื้อกันน้อยลงจากเดิม

7. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสุมาลี (เจ๊จิม) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจของสวนชมพูเพชรสายรุ้งคุณสุมาลี มีการจัดรูปแบบและการดำเนินธุรกิจเป็นผู้ประกอบการเพียงคนเดียว ควบคุมการดำเนินงานเองทั้งหมด การดำเนินงานไม่สลับซับซ้อนและมีความคล่องตัวในการตัดสินใจดำเนินงาน สามารถจัดการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วด้วยตัวคุณสุมาลีเองและยังสามารถดำเนินธุรกิจสวนชมพูเพชรสายรุ้งต่อไปรุ่นต่อรุ่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (อรัทัย วานิชดี, 2545) โดยมีลักษณะเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว คือ กิจการที่มีบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของหรือลงทุนคนเดียว ควบคุมการดำเนินงานเองทั้งหมด เมื่อกิจการประสบผลสำเร็จมีผลกำไรก็จะได้รับผลประโยชน์เพียงคนเดียว กิจการประเภทนี้มีอยู่ทั่วประเทศจำนวนมาก ได้รับความนิยมสูงสุดและเป็นธุรกิจที่เก่าแก่ที่สุด การดำเนินงานไม่สลับซับซ้อน มีความคล่องตัวสูงในการตัดสินใจดำเนินงาน

2. กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของสวนชมพูเพชรสายรุ้งคุณสุมาลี มีกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความแตกต่างทั้งคุณภาพของผลผลิต ด้านราคาของผลผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย อีกทั้งยังมีการจัดการกลยุทธ์แบบมุ่งเน้นการทำให้ผลผลิตของชมพูออกมามีคุณภาพที่ดี และสามารถหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของกิจการสวนชมพูเพชรสายรุ้ง มีความพลิกแพลงสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (อวยชัย วัฒนา, 2554) โดยมีลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นขั้นเป็นตอนมีความยืดหยุ่นพลิกแพลงตามสถานการณ์และมีความมุ่งหมายเพื่อเอาชนะคู่แข่งขั้นหรือเพื่อหลบหลีกอุปสรรคต่าง ๆ จนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

3. ปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบธุรกิจของสวนชมพูเพชรสายรุ้งคุณสุมาลี พบว่าปัญหาด้านภัยธรรมชาตินั้นจะไม่ใช่ปัญหาหลักเพราะช่วงที่ผลผลิตชมพูออกผลนั้นเป็นช่วงฤดูที่ไม่ค่อยเกิดฝนและพายุที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิต ปัญหาหลักจริงๆแล้วคือปัญหาในเรื่องของต้นทุนการผลิตที่ปัจจุบันค่าแรงงานที่ใช้ในการจ้างคนงานมาห่อผลผลิตนั้นมีค่าแรงที่สูงบวกกับค่าไม้ที่ใช้ทำนังร้านนั่นเอง ส่วนปัญหาด้านเศรษฐกิจนั้นเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบไม่มากนักถ้าเทียบกับ 2 ปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นเพราะชมพูเพชรสายรุ้งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเมื่อถึงฤดูกาลที่ออกผลอยู่แล้ว จึงยังคงขายได้แม้จะมีราคาที่สูงกว่าชมพูสายพันธุ์อื่นๆก็ตาม จากปัญหาที่พบทั้งหมดนั้นคุณสุมาลีก็ยังคงสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ (เพ็ญศรี เลิศเกียรติวิทยา, 2548) โดย

ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ธุรกิจเกี่ยวกับชมพูเพชรสายรุ้งยังไม่ได้ยอมรับจากหลายๆที่และยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ทำให้ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเพาะปลูกผลผลิตที่มีคุณภาพ การดูแลรักษา มากกว่าการมุ่งเน้นแต่ผลกำไร ในปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจที่ค่อนข้างสูง จะไม่ค่อยให้ความสนใจเกี่ยวกับด้านคุณภาพของผลผลิตที่ผู้บริโภคควรได้รับจากองค์กรธุรกิจ ดังนั้นควรขอการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งรัฐบาลและเอกชน เพื่อตระหนักถึงผลผลิตที่สำคัญของประเทศ และควรจะช่วยผลักดันให้ผลผลิตชมพูเพชรสายรุ้งแพร่หลายไปตามประเทศต่างๆมากขึ้น เพื่อขยายขอบเขตการส่งออกให้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาด 4Ps เข้าช่วยสนับสนุนในการจำหน่ายชมพูเพชรสายรุ้ง ให้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลผลิต (Product) ผลผลิตชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสมุสาสิทธิ์ (เจ็จิม) ซึ่งเป็นที่รู้จักดีในจังหวัดเพชรบุรี เพราะชมพูเพชรสายรุ้งนั้นมีทั้งคุณภาพที่ดี มีคุณสมบัติหวานและกรอบ จึงควรมีการเพิ่มผลผลิตให้เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ดังนั้นจึงควรเพิ่มผลผลิตให้ได้มากยิ่งขึ้น เพื่อกระจายผลผลิตให้แก่ผู้บริโภคได้ทั่วถึง
2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ราคาของชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสมุสาสิทธิ์ (เจ็จิม) นั้นได้มีการกำหนดราคาไว้ตั้งแต่ต้นแล้ว ซึ่งทางผู้ดำเนินกิจการไม่เคยขึ้นราคาหรือลดราคาลง เพราะผลผลิตมีคุณภาพและมีราคาที่เหมาะสมแก่การจำหน่ายให้กับผู้บริโภค
3. กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place) สถานที่ในการจัดจำหน่ายซึ่งในปัจจุบันมีการจำหน่ายอยู่ 2 ที่ คือ การจัดจำหน่ายชมพูเพชรสายรุ้งที่ตลาดออกก. และ มีการจัดจำหน่ายภายในสวนชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสมุสาสิทธิ์ (เจ็จิม) ซึ่งควรมีสถานที่ในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นมากกว่าปัจจุบัน เพื่อให้ผลผลิตที่ออกผลตามฤดูกาลมีการจำหน่ายหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ควรมีโปรโมชั่นในการจำหน่ายผลผลิตชมพูเพชรสายรุ้งมากยิ่งขึ้นกว่านี้ เพราะในปัจจุบันซึ่งมีการแข่งขันทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ทำให้ควรมีโปรโมชั่น และส่วนลด เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้บริโภคชมพูเพชรสายรุ้งพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกิจการชมพูเพชรสายรุ้ง คุณสมุสาสิทธิ์ (เจ็จิม) สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคมีความต้องการชมพูเพชรสายรุ้งมากน้อยเพียงใดและมีผลอย่างไรเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทางด้านการดำเนินธุรกิจ รวมถึงสามารถพัฒนาผลผลิตให้มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อผู้บริโภคมากที่สุด

9. เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2549). *การคิดเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ชัคเชสมิเดีย.
- นীরวรรณ จันทวงศ์. (2551). *ความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการ*. สืบค้นวันที่ 20 พฤษภาคม 2558, จาก <https://www.l3nr.org/posts/218776>.
- ปกรณ ปรียากร. (2544). *การวางแผนกลยุทธ์-แนวคิดและแนวทางเชิงประยุกต์*. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- พีรเดช ทองอำไพ. (2511). ชมพู. *วารสารพืชสวน*, 11(2), 15-26
- เพ็ญศรี เลิศเกียรติวิทยา. (2548). *การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์ จำกัด.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). *วิศวกรรมและการบริหารความปลอดภัยในโรงงาน*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- สุดาทิพย์ ตันตินิกุลชัย และศักดิ์ดา หงส์ทอง. (2547). *ธุรกิจทั่วไป*. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์ จำกัด
- อรทัย วานิชดี. (2545). *ธุรกิจทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ประสานมิตร
- อวยชัย วัฒนา. (2554). *กลยุทธ์การพัฒนาผู้นำองค์กรชาวบ้านเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ป่าชุมชนจังหวัดมหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์การพัฒนากฎีภาคบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.