



ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

วิทยานิพนธ์

ของ

กรรณิการ์ สมบุญ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

ธันวาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

วิทยานิพนธ์
ของ
กรรณิการ์ สมบุญ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา
ธันวาคม 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

POLICY PROPOSALS TO DEVELOP MAK MAO BUSINESS SYSTEM IN
SAKON NAKHON PROVINCE

BY

KANNIKA SOMBUN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
The Doctor of Philosophy Degree in Development Administration
at Sakon Nakhon Rajabhat University

December 2023

All Rights Reserved by Sakon Nakhon Rajabhat University



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ชื่อผู้ทำวิทยานิพนธ์ กรรณิการ์ สมบุญ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบ กรรมการสอบและ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ) และผู้ทรงคุณวุฒิ (รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล) ประธานที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

..... กรรมการสอบ กรรมการสอบและ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิธิ การสมมติ) แต่งตั้งเพิ่มเติม (รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ วะสินนท์) กรรมการที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

..... กรรมการสอบ กรรมการสอบและ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล) แต่งตั้งเพิ่มเติม (ว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ) กรรมการที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

คณะกรรมการบริหารหลักสูตรรับรองแล้ว

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....
(ว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรศักดิ์ แสนทวีสุข)

ประธานหลักสูตร

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

เมื่อวันที่ 29 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ วะสีนนท์ และว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ช่วยสนับสนุนผลักดันให้บรรลุเป้าหมายด้วยความใส่ใจอย่างดียิ่งตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงยิ่ง

ขอขอบพระคุณในความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.หาญชัย อัมภพผล รองศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ เพียรธัญญกรณ์ อดีตผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรศักดิ์ แสนทวีสุข ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สามารถ อัยกร คณะบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละมัย ร่มเย็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัณญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง กรรมการบริหารหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรเรศ เมตตะธำรงค์ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ หลาลาภะ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่ได้ให้ความรู้และให้คำปรึกษาแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งและการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครที่เป็นหน่วยงานต้นสังกัด สมาคมหมากแข้งสกลนคร และผู้ที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนด้านข้อมูลในการให้สัมภาษณ์ การจัดประชุม การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

เบื้องหลังความสำเร็จในงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณครอบครัวและกัลยาณมิตรที่เป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในการพัฒนางานวิจัยซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงในการศึกษา ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เพื่อที่ผู้วิจัยได้ปฏิบัติงานจนสำเร็จตามความมุ่งหมายเพื่อนำผลงานวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนาที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

กรรมการ สมบุญ

ชื่อเรื่อง	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด สกลนคร
ผู้วิจัย	กรรณิการ์ สมบุญ
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ วะสินนท์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ
ปริญญา	ปร.ด. (การบริหารการพัฒนา)
สถาบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ปีที่พิมพ์	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร 2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร 3) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร 4) กำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า จำนวน 35 คน และมีกลุ่มเป้าหมายในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย จำนวน 29 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค จำนวน 400 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า จำนวน 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างและแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัดสกลนคร ได้แก่ ผลผลิตมีความไม่แน่นอน มีศัตรูพืชทำลายลำต้นและผลสุก ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย ผู้แปรรูปมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอและได้รับผลกระทบจากมาตรการภาษีเครื่องดื่ม ด้านการตลาดยังไม่มี การประชาสัมพันธ์ในวงกว้างต่อเนื่อง มีปัญหาข้อจำกัดในการขนส่ง การส่งเสริมจากหน่วยงานภาคียังไม่มีความต่อเนื่อง

ความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัดสกลนคร ได้แก่ ต้องการพัฒนาระบบการปลูกที่มีประสิทธิภาพ ต้องการความรู้ในด้านการจัดการผลผลิตให้ได้คุณภาพ ต้องการเงินทุนหมุนเวียน พัฒนาหมากเฒ่าให้เป็นอาหารเสริม และพ่อนปรนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ด้านการตลาดต้องการมีตลาดหรือแหล่งรับซื้อที่แน่นอนและต้องการให้มีการผลักดันยกระดับราคาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้สูงกว่าสินค้าปกติ และต้องการให้หน่วยงานในจังหวัดสกลนครส่งเสริมการพัฒนาและแก้ปัญหาของหมากเฒ่าร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ คะแนนเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ ด้านราคา คะแนนเฉลี่ย 4.15 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด คะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.12 ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยการวางแผนกลยุทธ์ ปัจจัยประสิทธิภาพทางธุรกิจ

4. ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาการผลิต มี 6 กลยุทธ์ ด้านการแปรรูปมี 4 กลยุทธ์ด้านการตลาดมี 5 กลยุทธ์ และด้านการสนับสนุนส่งเสริม มี 6 กลยุทธ์

คำสำคัญ : ข้อเสนอเชิงนโยบาย ระบบธุรกิจหมากเฒ่า

TITLE	Policy Proposals to Develop Mak <i>Mao</i> Business System in Sakon Nakhon Province
AUTHOR	Kannika Sombun
ADVISORS	Assoc. Prof. Dr. Jitti Kittilerdpaisan Assoc. Prof. Dr. Chanin Wasinon Acting Sub. Lt. Dr. Pissadarn Saenchat
DEGREE	Ph.D. (Development Administration)
INSTITUTE	Sakon Nakhon Rajabhat University
YEAR	2023

ABSTRACT

This research aimed to: 1) investigate the conditions, problems of and needs for developing Mak *Mao* business system in Sakon Nakhon Province, 2) examine the consumers' opinions on the processed Mak *Mao* products in Sakon Nakhon, 3) identify the factors that influenced the effectiveness of Sakon Nakhon Mak *Mao* business, and 4) propose the policies on developing Mak *Mao* business system in Sakon Nakhon. A mixed-methods approach was utilized: the samples used in the qualitative method could be classified as a target group of 35 stakeholders who involved in Mak *Mao* businesses and a group of 29 participants who joined in developing the policy proposals; the samples employed for the quantitative study consisted of 400 consumers and 80 stakeholders of Mak *Mao* businesses. The research tools included the structured interview form and the questionnaires. The statistics adopted for analyzing the data were means, standard deviations, and content analysis.

The study revealed the following findings:

1. The indicated conditions and problems of Mak *Mao* Business System in Sakon Nakhon were composed of: unstable produce/production, trunk and fruit's pests, the lack of product diversity and modern tools. Also, Mak *Mao* processors did not have adequate capital/fund whereas their businesses were affected by beverage tax

measures. In terms of marketing, the public relations activities of Sakon Nakhon Mak Mao businesses were still limited and inconsistent. Besides, there were delivery/transportation constraints/obstacles as well as unsteady support from the networks.

As for the development needs, these items were requested for developing Mak Mao business system in Sakon Nakhon: efficient planting systems, knowledge of production management for quality outcomes, working capital/fund, producing Mak Mao as a supplementary food/diet, easing/bending the regulations. Of marketing, stable marketing and regular purchasers were also needed. Prices of geographical indication products were suggested for upgrading to be higher than those of general goods. Consistent help, promotions and solutions from the organizations in Sakon Nakhon were sought for by Mak Mao businesspeople.

2. Consumer opinions on processed products from Mak Mao in Sakon Nakhon Province were found to be at a high level overall, with an average score of 4.18. When considering each aspect, it was found that the product aspect had an average score of 4.32, followed by the price aspect with an average score of 4.15. The distribution channels and marketing promotion aspects had the same average scores of 4.12, respectively.

3. Factors that influence the effectiveness of the Mak Mao business in Sakon Nakhon Province include human resource management factors, strategic planning factors, and business experience factors.

4. The strategies suggested for policy proposals to develop Mak Mao business system in Sakon Nakhon Province incorporated six strategies for production development, four strategies for processing, five strategies for marketing, and six strategies for support and promotion.

Keywords: Policy proposal, Mak Mao business system

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
คำถามของการวิจัย	5
ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
ความสำคัญของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
กรอบแนวคิดของการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย	15
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า	21
แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล	43
บริบทของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	62
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	81
ระยะที่ 1	81
ระยะที่ 2	86
ระยะที่ 3	91

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิจัยระยะที่ 4	96
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	104
ระยะที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า ในจังหวัดสกลนคร	104
ระยะที่ 2 ผลการศึกษาคำคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า	135
ระยะที่ 3 ผลการศึกษานักวิจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด สกลนคร	142
ระยะที่ 4 ผลการกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด สกลนคร	167
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	194
สรุปผลการวิจัย	194
อภิปรายผลการวิจัย	206
ข้อเสนอแนะการวิจัย	220
บรรณานุกรม	222
ภาคผนวก	240
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการวิจัย.....	241
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	247
ภาคผนวก ค เครื่องมือในการวิจัย	253
ภาคผนวก ง ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	279
ภาคผนวก จ ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	288
ประวัติย่อของผู้วิจัย	292

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงข้อมูลการจำหน่ายผลิต OTOP หมากรุก (หน่วย : บาท)	54
2	การสังเคราะห์งานวิจัยภายในประเทศที่เกี่ยวข้อง	78
3	การสังเคราะห์งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง	79
4	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	135
5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูป จากหมากรุกในจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมและรายด้าน	136
6	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผล ของธุรกิจหมากรุกในจังหวัดสกลนคร	142
7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิผลธุรกิจหมากรุกในจังหวัดสกลนคร	144
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจ หมากรุก	145
9	สัญลักษณ์แทนตัวแปรในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากรุก ในจังหวัดสกลนคร	153
10	การวิเคราะห์ Normality Test เป็นการทดสอบถึงการกระจายแบบปกติของข้อมูล	157
11	ผลการวิเคราะห์ Multicollinearity	160
12	แสดงการทดสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี DurbinWatson	162
13	ตารางการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากรุก ในจังหวัดสกลนครโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	163
14	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)	164
15	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	165

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลของข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจ หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยรวมและรายด้าน	185
17 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าหมากเฒ่าจังหวัดสกลนคร ...	190

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดของการวิจัย	10
2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	103
3 หมากเฒ่าไม้ติดผลเต็มที่	105
4 ผลหมากเฒ่าร่วง	106
5 หนอนเจาะกิ่งก้านหมากเฒ่า	107
6 การดักนกที่มากินลูกหมากเฒ่าที่สุกด่า	107
7 การเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่าในช่วงเวลาที่สั้น	108
8 ผลหมากเฒ่าที่ไม่สุกด่าทั้งซอ	109
9 หมากเฒ่าสุกไม่พร้อมกันมีสีไม่สม่ำเสมอ	110
10 ต้นหมากเฒ่าพันธุ์พื้นบ้านให้ผลผลิตคุณภาพไม่ดี	111
11 ความเสี่ยงในการเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่า	112
12 โรคแมลงทำลายหมากเฒ่า	114
13 ผลหมากเฒ่ารอจำหน่าย	115
14 แรงงานคนคัดแยกผลหมากเฒ่าเพื่อการการแปรรูป	116
15 การต้มน้ำหมากเฒ่าโดยใช้หม้อสเตนเลส	117
16 ถังพลาสติกบรรจุน้ำหมากเฒ่าในกระบวนการหมักไวน์	118
17 หน้าจอระบบเครื่องหมายแสดงการเสียภาษี	119
18 กล้องบรรจุภัณฑ์น้ำหมากเฒ่าในขวดแก้วที่จัดส่งให้ผู้บริโภค	121
19 ผลหมากเฒ่าในกล่องกระดาษเตรียมจัดส่งให้ผู้บริโภค	122
20 กิ่งหมากเฒ่าเตรียมจัดส่งให้ผู้ปลูก	122
21 สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร	134
22 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า	141
23 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร	166

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ

หน้า

24 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัดสกลนคร	193
---	-----

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

หมากเฒ่า หรือ มะเฒ่า หรือเฒ่า เป็นพืชใน Genus Antidesma เป็นไม้ผลยืนต้น ไม้ผลัดใบมีผลกลมเป็นช่อคล้ายพริกไทย เนื้อผลฉ่ำน้ำเปลือกบางเมล็ดแข็ง มีรสเปรี้ยว หวานฝาดแตกต่างกันตามสายพันธุ์ที่ปลูก ใบและยอดอ่อนของหมากเฒ่ารับประทานดิบ หรือนึ่งปรุงรสกับข้าวหรืออาหารเพื่อให้รสเปรี้ยวเช่นเดียวกับมะขาม ในประเทศอินเดีย และประเทศไทยใช้ใบและยอดอ่อนเป็นส่วนประกอบของอาหารทำเป็นแกงหรือกินเป็นผัก (Hoffmann, et al., 2005, p. 15) ผลหมากเฒ่าสดใช้บริโภคได้มีสารอาหารที่สำคัญ เช่น แคลเซียม เหล็ก วิตามิน B1 วิตามิน B2 วิตามิน E กรดอมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายมนุษย์ 18 ชนิด เป็นต้น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยประชาชนนิยมรับประทานผล หมากเฒ่าสด โดยนำมาตำใส่ปลาร้า เป็นส้มตำหมากเฒ่า หรือนำเปลือกต้นหรือใบมาโขลก รวมกับพริกสด และ น้ำปลาร้า เรียกว่าตำเผียง นิยมรับประทานในฤดูร้อนด้วยความฝาด จากเปลือกต้นและใบมีสรรพคุณช่วยลดอาการท้องเสียได้ (สุตารัตน์ สกุลคู่, 2549, หน้า 3)

การศึกษาลักษณะและการใช้ประโยชน์ของหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2536 โดยสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนครได้มีการสำรวจ และเก็บข้อมูลพร้อมกับการพัฒนาเขตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (อร่าม คุ่มกลาง และวินัย แสงแก้ว, 2540, หน้า, 17) ต่อมาได้มีการส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายอินแปง อำเภอกุดบาก จังหวัดสกลนคร และผู้สนใจให้ปลูกและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากผล หมากเฒ่าโดยได้ฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการกระบวนการผลิตน้ำผลไม้ที่ได้มาตรฐาน สามารถยืดอายุผลิตภัณฑ์ให้เก็บรักษาได้นานขึ้นส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีการ ขยายการผลิตน้ำหมากเฒ่าไปสู่พื้นที่อำเภออื่น ๆ ในจังหวัดสกลนคร ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนครได้ส่งไวน์หมากเฒ่า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากการ วิจัยและพัฒนาไปประกวดในงาน BRUSSEL EUREKA 2001 ณ กรุงบรัสเซลส์

ราชอาณาจักรเบลเยียม และได้รับรางวัลเหรียญบรอนซ์ประเภทสิ่งประดิษฐ์คิดค้นในระดับนานาชาติ ส่งผลให้ไวน์หมากเฒ่าสกลนครได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางประกอบกับนโยบายของรัฐที่ส่งเสริมให้เปิดเสรีในการผลิตสุราแข็งจึงทำให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตไวน์และน้ำผลไม้จากหมากเฒ่าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเกิดธุรกิจต่อเนื่องเกี่ยวกับหมากเฒ่าตามมา เช่น การผลิตกึ่งพันธุ์หมากเฒ่า การรวบรวมผลหมากเฒ่า การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ทำให้การบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าเริ่มขยายตัวเป็นรู้จักมากยิ่งขึ้นทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสกลนคร มีประชาชนที่สนใจและต้องการปลูก หรือสร้างสวนหมากเฒ่าเชิงธุรกิจ และรวมถึงต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ และไวน์จากหมากเฒ่ามากขึ้น ซึ่งจังหวัดสกลนครก็ได้ให้ความสำคัญและส่งเสริมตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าด้วย ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ประกาศให้หมากเฒ่าสกลนคร และ น้ำหมากเฒ่าสกลนคร ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รู้จักหมากเฒ่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้ธุรกิจหมากเฒ่ามีการขยายตัวอย่างกว้างขวาง โดยในปี พ.ศ. 2563 จังหวัดสกลนครมีมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP น้ำหมากเฒ่าสูงถึง 104,787,013 บาท (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2564, หน้า 26) คิดเป็นมูลค่าร้อยละ 1.08 ของมูลค่าตลาดน้ำผลไม้ในประเทศที่มีมูลค่า 9,707 ล้านบาท (นลินดา เตชะศิริประภา, 2564, หน้า 38)

จากข้อมูลมูลค่าตลาดน้ำผลไม้ในประเทศดังกล่าว จะเห็นว่าน้ำหมากเฒ่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาจากชุมชนท้องถิ่นซึ่งได้สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดสกลนครและได้รับความสนใจจากพ่อค้าคนกลางนำไปทำการตลาดต่อจนทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจกับชุมชนได้เป็นอย่างดี ทำให้สังคมภายนอกจังหวัดสกลนครได้รู้จักคุณค่าของหมากเฒ่าที่นำมาแปรรูปเป็นน้ำผลไม้ประจำจังหวัดสกลนคร อีกทั้งหมากเฒ่ายังสามารถนำมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มไวน์จากข้อมูลคุณสมบัติของหมากเฒ่าที่มีคุณค่าทางอาหารสูง สีสันรสชาติดีตรงตามกระแสความต้องการบริโภคสินค้าสุขภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าจึงมีกระแสการตอบรับจากสังคมภายนอกเป็นอย่างดี เนื่องจากได้มีการวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมตลอดระยะเวลากว่า 20 ปี และจากข้อมูลความก้าวหน้าในการวิจัยและพัฒนาหมากเฒ่าสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มมูลค่าได้อีกหลายผลิตภัณฑ์ เช่น แยมขนม คุกกี้ ชา เป็นต้น ซึ่งในอนาคตสามารถพัฒนาเป็นอาหารเสริม หรือ ยารักษาโรคได้

อย่างไรก็ตามเนื่องจากหมากเมาเป็นพืชป่าการให้ผลผลิตไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าภูมิอากาศบางปีให้ผลผลิตมากหรือให้ผลผลิตน้อย และขึ้นอยู่กับองค์ความรู้ด้านการปลูกและการดูแลรักษาของเกษตรกรผู้ปลูกหมากเมาเองด้วยซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจหมากเมาของจังหวัดสกลนคร โดยในปีที่มีผลผลิตติดน้อยก็จะมี การแย่งวัตถุดิบกัน แต่หากปีใดวัตถุดิบติดผลผลิตมากผู้แปรรูปก็ไม่สามารถรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรได้หมดหรือทันเวลาเนื่องจากผลหมากเมาจะสุกพร้อมกันในช่วงเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน ผู้แปรรูปในจังหวัดสกลนครโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยมีเงินทุนจำกัดและยังไม่มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือมีเงินทุนหมุนเวียนที่สามารถรองรับการซื้อผลผลิตได้ทั้งหมด ทำให้เกษตรกรเองก็ต้องรีบเก็บผลผลิตให้ทันเวลา ก่อนผลหมากเมาสุกดำพร้อมกันเนื่องจากผลหมากเมาก็จะสุกร่วงหล่นก่อนไม่คุ้มค่าในการจัดการส่งผลให้เกษตรกรไม่มั่นใจในการปลูกหมากเมาสร้างรายได้ อีกทั้งกับผู้แปรรูปมียอดขายหน่วยผลิตจำกัดไม่ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในวงแคบ และน้ำหมากเมาใช้บรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้วมีน้ำหนักมากทำเป็นอุปสรรคในการขนส่ง อีกทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าของหมากเมาหรือน้ำหมากเมาก็มีปริมาณน้อยไม่เผยแพร่กว้าง ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการซื้อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง ดังนั้นการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเมาของจังหวัดสกลนคร จึงต้องมีการวางแผนรองรับตลอดห่วงโซ่การผลิต โดยการปลูกหมากเมาจะต้องมีการส่งเสริมให้เกษตรกรคัดเลือกสายพันธุ์หมากเมาที่มีคุณสมบัติการสุกดำพร้อมกันในข้อไม่ร่วงก่อนและมีรสชาติดี ด้านการแปรรูปจะต้องมีการพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับวัตถุดิบได้เหมาะสมและเพียงพอจากเกษตรกรผู้ปลูกหมากเมา โดยต้องมีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและเป็นที่ต้องการของตลาด และการจำหน่ายจะต้องมีการจัดจำหน่ายสินค้าให้ทั่วถึงโดยมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งการตลาดออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงการพัฒนาแหล่งแปรรูปและแหล่งปลูกให้มีการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักและซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเมาได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเมาของจังหวัดสกลนคร

ดังนั้นการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเมาของจังหวัดสกลนคร จึงต้องมีการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการที่มีเกี่ยวข้องในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี เพื่อให้มีข้อมูลอันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและ

ตอบโจทย์ความต้องการของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบกับการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ในด้านของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้แปรรูปนำข้อมูลมากำหนดกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า อีกทั้งมีการวัดประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าจากผู้ผลิตหรือเกษตรกร ผู้แปรรูป และผู้ทำการตลาด จากปริมาณผลผลิต คุณภาพของผลผลิต ยอดขาย และกำไรจากธุรกิจหมากเฒ่า โดยมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เพื่อนำตัวแปรดังกล่าวมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิผลของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร และนำมาประกอบการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายฯ เพื่อเป็นการแก้ปัญหาได้ตรงจุดและความต้องการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นนี้จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบาย การพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยทำการศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร และจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าจะช่วยให้มีทิศทางหรือแผนงานที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมให้หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ส่งเสริมให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับระบบธุรกิจหมากเฒ่ามีรายได้เพิ่มมากขึ้น และมีความภาคภูมิใจจากการใช้ประโยชน์ทรัพยากรพืชท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครให้มีมูลค่าและมีคุณค่าแก่สังคมภายนอกอื่นจะช่วยให้หน่วยงานภาคีต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องได้รับทราบและเข้ามาสนับสนุนอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิผลในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาขับเคลื่อนระบบธุรกิจหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครมีการพัฒนาและความมั่นคงสืบต่อไป

คำถามของการวิจัย

คำถามของการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า ในจังหวัดสกลนคร มีดังนี้

1. สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร
2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร
4. ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครควรเป็นอย่างไร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
4. เพื่อกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

1. ได้ทราบถึงสภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
2. ทราบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
3. ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
4. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
5. สามารถนำข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ไปสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มีดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1 สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า และความต้องการในการพัฒนาของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วยด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี
- 1.2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
- 1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วยนโยบายภาครัฐ พันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางธุรกิจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์

1.4 ประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย ปริมาณผลผลิต คุณภาพของผลผลิต ยอดขาย และกำไร

1.5 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย ข้อเสนอเชิงนโยบายในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

2. ขอบเขตด้านพื้นที่เป้าหมาย

พื้นที่เป้าหมายในการวิจัยคือจังหวัดสกลนคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) หมากเฒ่าสกลนคร และน้ำหมากเฒ่าสกลนคร

3. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมาย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย แบ่งตามระยะการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับในธุรกิจหมากเฒ่า โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interviews) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัดสกลนครมาไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวนรวมทั้งหมด 35 คน ประกอบด้วย เกษตรกรจำนวน 20 คน ผู้ประกอบการแปรรูปจำนวน 7 คน ผู้จัดการจำหน่ายจำนวน 3 คน ตัวแทนหน่วยงานที่สนับสนุนโดยตรงและต่อเนื่อง จำนวน 5 หน่วยงาน ๆ ละ 1 คน ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร สำนักงานสรรพสามิตจังหวัดสกลนคร และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

3.2 ระยะที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ผู้มีอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสกลนคร ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 876,213 คน (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2564, หน้า 59-60) กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกจากประชากร คำนวณสัดส่วนตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวน 400 คน

3.3 ระยะที่ 3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในระบบธุรกิจหมากเฒ่าจากทะเบียนของสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร ได้แก่ เกษตรกรจำนวน 83 คน

ผู้แปรรูป จำนวน 14 คน ผู้ทำการตลาด จำนวน 3 คน รวมจำนวน 100 คน (สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร, 2564, หน้า 7) กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกจากประชากร คำนวณสัดส่วนตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวน 80 คน

3.4 ระยะที่ 4 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลหลักในการทำวิจัย 2 กลุ่ม ดังนี้

3.4.1 การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายฯ กลุ่มเป้าหมายในการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จำนวน 29 คน ประกอบด้วยคณะกรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร จำนวน 9 คน และเกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า จำนวน 10 คน ตัวแทนหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริม จำนวน 5 คน นักวิชาการจำนวน 5 คน

3.4.2 การยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายฯ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน ประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริม จำนวน 5 คน นักวิชาการ จำนวน 3 คน ตัวแทนกรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนครจำนวน 2 คน ตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการแปรรูป จำนวน 2 คน ผู้ทำการตลาด จำนวน 1 คน

4. ขอบเขตตามระยะเวลา

การวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มี 4 ระยะการวิจัย มีขอบเขตระยะเวลาของการวิจัย ระหว่างปี พ.ศ. 2564–2566 รวมระยะเวลา 2 ปี

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มีดังนี้

1. สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วยประเด็นสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครโดยศึกษาตัวแปรต้นจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นนโยบายภาครัฐ พันธมิตรทางธุรกิจ

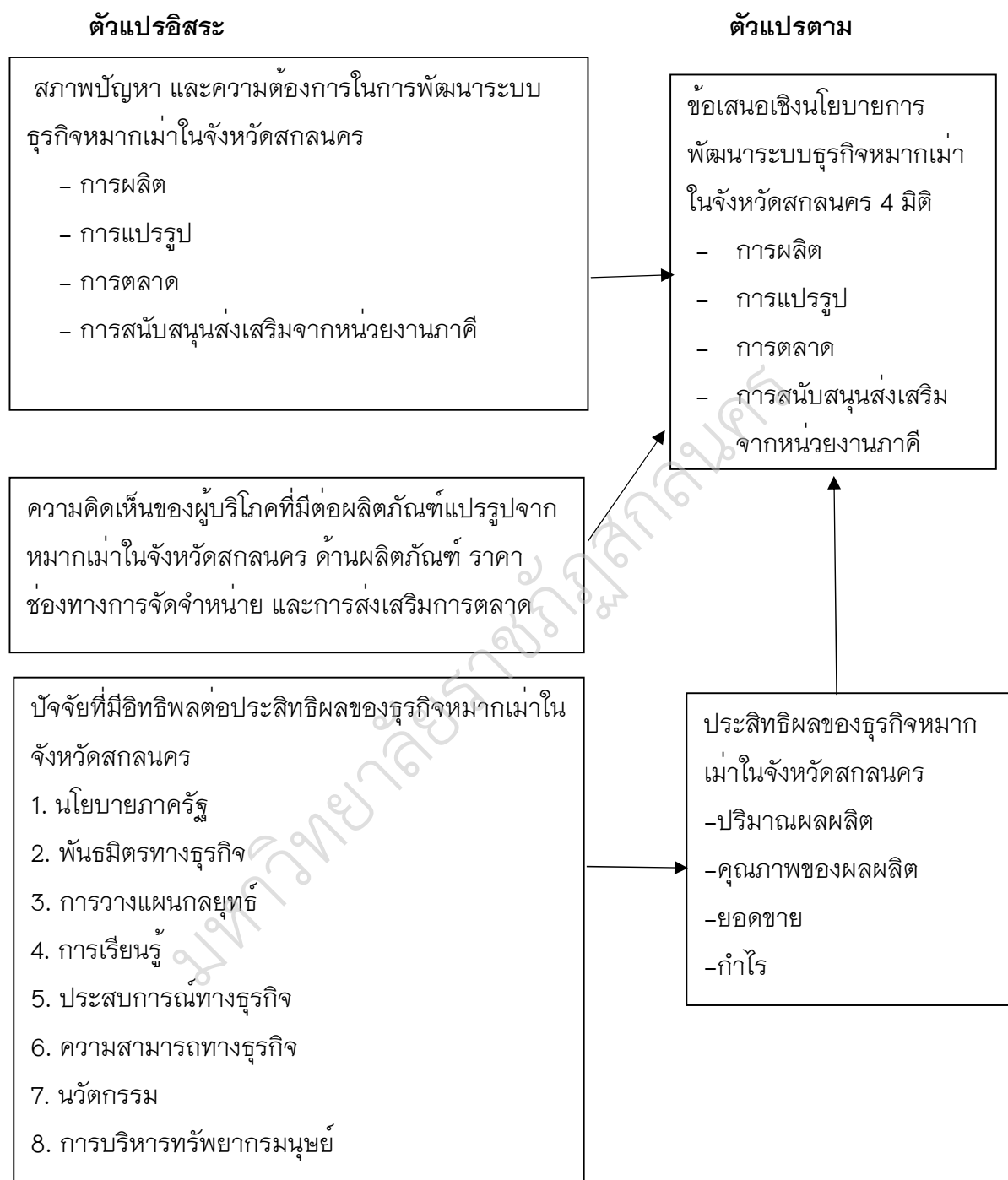
การวางแผนกลยุทธ์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางธุรกิจ
นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์

4. ประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

5. ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดย
ใช้การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ซึ่งได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพประกอบ 1

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนา
ระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มีดังนี้

1. ข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ข้อเสนอเพื่อให้มีการกำหนดแนวทาง วิธีการ หรือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า ในด้านการพัฒนา ด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี
2. ระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง การผลิต การแปรรูป การตลาด รวมถึงการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีรายละเอียดดังนี้
 - 2.1 การผลิต หมายถึง การปลูกหมากเฒ่า การดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า การเก็บผลผลิต การขยายพันธุ์
 - 2.2 การแปรรูป หมายถึง การแปรสภาพหมากเฒ่าให้เป็นผลิตภัณฑ์น้ำหมากเฒ่าพร้อมดื่ม น้ำหมากเฒ่าเข้มข้น น้ำหมากเฒ่าแช่ ไวน์หมากเฒ่า และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อการบริโภคและจำหน่าย
 - 2.3 การตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลหมากเฒ่า กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า การคิดต้นทุนรายรับรายจ่ายและการกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายรวมทั้งการส่งเสริมการตลาด
 - 2.4 การสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี หมายถึง การให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริมหรืออุปการะ จากหน่วยงาน องค์กรภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งในและนอกพื้นที่เกี่ยวกับด้านวิชาการ งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี รวมทั้งกฎระเบียบข้อกฎหมายต่าง ๆ
3. สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ
4. ความต้องการพัฒนาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง ความประสงค์ที่แท้จริงของผู้เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ในการแก้ปัญหาและปรับปรุง การผลิต การแปรรูป การตลาด รวมถึงการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ ให้ดีขึ้น

5. ความคิดเห็นของผู้บริโภค หมายถึง ความรู้สึกความเชื่อของผู้บริโภคในการตัดสินใจหรือแสดงออกต่อผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า

6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง สาเหตุที่ทำให้การดำเนินงานของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

6.1 นโยบายภาครัฐ หมายถึง การที่ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมระบบธุรกิจหมากเฒ่า โดยนโยบายของภาครัฐสามารถนำมาใช้พัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า เป็นแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าสกลนคร ภาครัฐมีการดำเนินงานหรือสนับสนุนกิจกรรมในระบบธุรกิจหมากเฒ่า และภาครัฐมีการติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า

6.2 พันธมิตรทางธุรกิจ หมายถึง องค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจที่จะร่วมมือดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า การรวมกลุ่มเพื่อรักษาผลประโยชน์ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ช่วยเหลือและสนับสนุนกัน และกัน

6.3 การวางแผนกลยุทธ์ หมายถึง การกำหนดแผนงานไว้ล่วงหน้า ครอบคลุมทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาดของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ รวมถึงมีการวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

6.4 การเรียนรู้ หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าด้วยตัวเอง รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการอื่น ๆ โดยได้เรียนรู้จากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าให้ดีขึ้น

6.5 ประสบการณ์ทางธุรกิจ หมายถึง การเคยปฏิบัติเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่ามาไม่น้อยกว่า 5 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ให้ผลผลิตหมากเฒ่า 2-3 รอบ อันทำให้ผู้ประกอบการมีบทเรียนรอบด้าน โดยเป็นประสบการณ์ในการแก้ปัญหา และประสบการณ์ด้านความสำเร็จ รวมถึงการนำประสบการณ์มาพัฒนาการทำงานในปัจจุบัน และอนาคต

6.6 ความสามารถทางธุรกิจ หมายถึง การแสดงออก การกระทำ หรือระดับการมีความรู้ และทักษะ ในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าในเรื่องการผลิต การแปรรูป หรือการตลาด อย่างน้อย 1 เรื่อง

6.7 นวัตกรรม หมายถึง การนำความรู้ แนวคิด และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ โดยนำเอาเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน สร้างผลิตภัณฑ์ หรือวิธีการทำงานแบบใหม่เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า รวมถึงมีการติดต่อสื่อสารธุรกิจหมากเฒ่าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย

6.8 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่า ที่มีความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการทำงาน โดยได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม และมีขวัญและกำลังใจที่ดี

7. ประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง ผลที่ได้รับจากการปฏิบัติของระบบธุรกิจหมากเฒ่าได้แก่ ปริมาณและคุณภาพของผลผลิต รวมถึงยอดขายและกำไรจากการจำหน่ายผลผลิตหมากเฒ่า มีรายละเอียดดังนี้

7.1 ปริมาณผลผลิต หมายถึง จำนวนของผลหมากเฒ่า กิ่งพันธุ์ หรือผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าที่ผลิตได้

7.2 คุณภาพของผลผลิต หมายถึง คุณลักษณะ ขนาด รสชาติ ของผลหมากเฒ่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า รวมถึงคุณลักษณะที่ดีของกิ่งพันธุ์หมากเฒ่า

7.3 ยอดขาย หมายถึง รายรับที่ได้มาจากการขายผลหมากเฒ่า กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า และ/หรือ ผลิตภัณฑ์หมากเฒ่า

7.4 กำไร หมายถึง รายรับหักด้วยรายจ่าย ของธุรกิจหมากเฒ่า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปและเรียบเรียง
สาระสำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย
 - 1.1 ความหมายและลักษณะสำคัญของนโยบายสาธารณะ
 - 1.2 องค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ
 - 1.3 ความหมายของข้อเสนอเชิงนโยบาย
 - 1.4 ความสำคัญของข้อเสนอเชิงนโยบาย
 - 1.5 องค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบาย
 - 1.6 ขั้นตอนการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย
2. แนวคิดการพัฒนาด้านที่เกี่ยวกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า
 - 2.1 ความหมายของระบบธุรกิจ
 - 2.2 ความหมายของห่วงโซ่คุณค่า
 - 2.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า
 - 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ
 - 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ
 - 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
 - 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล
 - 3.1 ความหมายของประสิทธิผล
 - 3.2 ความสำคัญของประสิทธิผล
 - 3.3 การวัดประสิทธิผล

4. บริบทของธุรกิจหมากรเฒ่าสกจนคร
 - 4.1 การใช้ประโยชน์จากหมากรเฒ่า
 - 4.2 ความเป็นมาการพัฒนาหมากรเฒ่าในระยะเริ่มต้น
 - 4.3 การก่อตัวและพัฒนาการของธุรกิจหมากรเฒ่า
 - 4.4 สภาพทั่วไปด้านการผลิตและการตลาดของธุรกิจหมากรเฒ่า
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

ในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากรเฒ่าในจังหวัดสกจนคร มีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ ความหมายและลักษณะสำคัญของนโยบายสาธารณะ องค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ ความหมายของข้อเสนอเชิงนโยบาย ความสำคัญของข้อเสนอเชิงนโยบาย องค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบาย และขั้นตอนการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ดังจะอธิบายต่อไปนี้

1.1 ความหมายและลักษณะสำคัญของนโยบายสาธารณะ

1.1.1 ความหมายของนโยบายสาธารณะ

นโยบายสาธารณะ หรือนโยบายภาครัฐ หมายถึง แนวทางหรือแผนงานที่หน่วยงานภาครัฐได้จัดทำขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการหรือความจำเป็นของประชาชนในเชิงสาธารณะหรือภาพรวม โดยได้มีการจัดทำแผน จัดทำโครงการ โดยได้กำหนดเป็นแผนงานระยะสั้นหรือระยะยาวตามลำดับความสำคัญ ที่กำหนดขึ้นมาตามสภาพปัญหาหรือความต้องการที่แท้จริงซึ่งในการพิจารณาจัดแผนหรือโครงการโดยหน่วยงานภาครัฐมีวิธีการบริหารหรือกฎหมายที่เป็นกลไกในการดำเนินการเพื่อให้แผนโครงการหรือกิจกรรมบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายในการช่วยเหลือสนับสนุนแก้ไขปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการหรือประชาชนโดยเรียงตามลำดับเวลา (Thomas R. Dye, 1984, p. 1; เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ, 2550, หน้า 4; มยุรี อนุมานราชชน, 2552, หน้า 6; วรเดช จันทรร, 2554, หน้า 1; สัญญา เคณาภูมิ, 2559, หน้า 5)

สรุปได้ว่านโยบายสาธารณะหรือนโยบายภาครัฐ หมายถึง กิจกรรมที่ภาครัฐทำการวางแผน กำหนดแนวทางในการดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหา หรือส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในภาพรวม

1.1.2 ลักษณะสำคัญของนโยบายสาธารณะ

ซึ่งนโยบายสาธารณะ มีลักษณะที่สำคัญดังนี้ (Anderson, 1994 pp. 5-6)

1.1.2.1 นิยามนโยบายสาธารณะจะต้องเชื่อมโยงระหว่างนโยบายสาธารณะกับการกระทำที่บรรลุเป้าหมายมากกว่าการกำหนดให้เป็นไปตามโอกาสที่จะเป็นไปได้

1.1.2.2 นโยบายสาธารณะประกอบด้วยแนวทางการปฏิบัติหรือแบบแผนของการกระทำที่ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐอย่างต่อเนื่องมากกว่าการแบ่งแยก หรือการใช้ดุลยพินิจตัดสินใจเฉพาะกรณี

1.1.2.3 นโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการด้านนโยบายของประชาชน หรือตอบสนองถึงสิ่งที่ต้องกระทำ หรือไม่กระทำ ต่อประเด็นสาธารณะบางประเด็นที่นำเสนอโดยเอกชนอื่น ๆ ตัวแทนกลุ่มผลประโยชน์ หรือข้าราชการหน่วยอื่น ๆ ต่อหน่วยราชการ หรือ หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบในแต่ละเรื่องให้เกิดการกระทำตามข้อเรียกร้อง

1.1.2.4 นโยบายสาธารณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่รัฐบาลจะต้องกระทำจริง ๆ มิใช่แต่เพียงเรื่องที่ตั้งใจจะกระทำ หรือสิ่งที่รัฐบาลเพียงแค่พูดว่าจะกระทำเท่านั้น

1.1.2.5 นโยบายสาธารณะอาจมีลักษณะทางบวก หรือทางลบก็ได้

1.1.2.6 นโยบายสาธารณะในฐานะทางบวกโดยทั่วไปจะปรากฏในลักษณะของกฎหมาย หรือ คำสั่งที่ชอด้วยกฎหมาย อาทิเช่น กฎหมายภาษีอากร กฎหมายควบคุมการนำเข้าสินค้า และ กฎหมายควบคุมความเร็วของรถบนทางด่วน เป็นต้น หากผู้ใดฝ่าฝืนกฎหมายเหล่านี้จะต้องถูกปรับ หรือถูกลงโทษ ซึ่งหมายความว่านโยบายสาธารณะมีผลบังคับให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมาย ในขณะที่เอกชนไม่มีอำนาจดังกล่าว

1.3 องค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ

ได้สรุปองค์ประกอบของนโยบายสาธารณะดังนี้ (สิริกาญจน์ เอี่ยมอาจหาญ, 2554, หน้า 20-21)

1.3.1 เป็นกิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาล ทั้งที่เป็นสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำ และไม่กระทำ

1.3.2 ประกอบไปด้วยชุดของการตัดสินใจที่เป็นระบบ มิใช่เป็นการตัดสินใจที่เป็นเอกเทศ

- 1.3.3 มีผู้เกี่ยวข้องมากมายทั้งผู้กำหนดนโยบาย (รัฐบาล) ผู้นำไปปฏิบัติ (หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง) และ ผู้ได้รับผลจากนโยบาย (ประชาชน)
- 1.3.4 ผลที่ได้รับจากนโยบาย อาจเป็นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ
- 1.3.5 สิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำต้องมีเป้าหมาย (Goals) มีแผนกลยุทธ์ (Strategies) และ ต้องมีกิจกรรม (Actions)
- 1.3.6 เป็นกิจกรรมที่ต้องกระทำให้ปรากฏเป็นจริง มิใช่เป็นเพียงการแสดง ความตั้งใจที่จะกระทำเท่านั้น
- 1.3.7 ควรเป็นการตัดสินใจ โดยยึดผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ของสังคม มากกว่าการตัดสินใจเพื่อประโยชน์เฉพาะบุคคล
- 1.3.8 มีความเกี่ยวข้องทั้งกิจกรรมภายในประเทศและระหว่างประเทศ
- 1.3.9 เป็นการตัดสินใจและการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมายเนื่องจากมีอำนาจที่ ชอบธรรมรองรับการกระทำนั้น
- 1.3.10 เป็นบทบาทหน้าที่การบริหารพัฒนาและแก้ปัญหาของประเทศ และได้มีการกล่าวถึงว่าองค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ ที่ประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (แวนวอร์เรน ก้องไตรภพ, ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง, วิพร เกตุ แก้ว และหรรณ ชูเพ็ญ, 2560, หน้า 273)
- 1.3.11 มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และมีความสอดคล้องและส่งเสริมซึ่งกัน
- 1.3.12 เป็นแนวทางปฏิบัติกว้าง ๆ ของรัฐบาล โดยที่รัฐบาลได้ตัดสินใจ เพื่อให้ มีการกระทำหรือดเว้น
- 1.3.13 มีแนวทางเป็นไปได้ในการนำเอานโยบายไปปฏิบัติ
- 1.3.14 เป็นกิจกรรมที่ชอบด้วยกฎหมายหรือเป็นเอกสารที่มีผลทางกฎหมาย
- 1.3.15 เป็นทางเลือกที่รัฐบาลจะกระทำ
- 1.3.16 มีการประกาศให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้โดยทั่วกัน
- สรุปได้ว่าองค์ประกอบของนโยบายสาธารณะ ประกอบด้วยความตั้งใจหรือ การแสดงออกที่แสดงถึงการกระทำหรือกิจกรรมของรัฐบาลในการทำงานโดยมีการ กำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์แผนงานกิจกรรมโดยมีกลไกมอบหมายความรับผิดชอบ ที่ชัดเจนที่นำไปสู่การปฏิบัติโดยมุ่งหวังความสำเร็จจากการดำเนินงาน โดยผลจากการ กระทำจากนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อเชิงสาธารณะหรือส่วนรวม

ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้กำหนดเป็นตัวแปรนโยบายภาครัฐ หมายถึง แนวทาง กิจกรรมการกระทำ หรือการตัดสินใจของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเมาที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเมาได้แก่ การวางแผน การจัดทำเป็นโครงการ และกระบวนการในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์รวมทั้งการติดตามประเมินผลจากภาครัฐ

1.4 ความหมายของข้อเสนอเชิงนโยบาย

ข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาเพื่อที่ความต้องการจะนำเสนอเป็นแนวทางในการดำเนินงาน หรือดำเนินกิจกรรมโดยมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการจัดทำเพื่อการขับเคลื่อนให้ประสบความสำเร็จโดยใช้กระบวนการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์เป็นแนวทางหรือวิธีปฏิบัติกว้าง ๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาประกอบการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพได้ โดยการได้มาซึ่งข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยอันจะนำไปสู่การปฏิบัติเชิงนโยบาย ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญคือสภาพปัจจุบัน ปัญหา แนวทางการดำเนินงานของนโยบาย และกลไกนโยบาย (พิศดาร แสนชาติ, 2565, หน้า 34; ธนิต แสงกระจ่าง, 2558, หน้า 9; ทิพวรรณ สุขใจรุ่งวัฒนา, 2557, หน้า 99; ชรินทร์ เกิดพุ่ม, 2564, หน้า 37; รัตนภรณ์ สมบูรณ์, 2556, หน้า 16; พระนาคนันท์ นาคเสโน, 2562, หน้า 9)

สรุปได้ว่าข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ข้อเสนอแนะที่ได้จากกระบวนการวิจัยที่ใช้เป็นแนวทางหรือนโยบายที่นำไปสู่การปฏิบัติงานโดยใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละสภาพปัญหาหรือความต้องการในการพัฒนาในแต่ละเรื่องที่ต้องการดำเนินการ

ซึ่งงานวิจัยนี้ได้กำหนดให้ข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ข้อเสนอเพื่อให้มีการกำหนดแนวทางวิธีการ หรือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับหมากเมา ในด้านการพัฒนา ด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

1.5 ความสำคัญของข้อเสนอเชิงนโยบาย

ข้อเสนอเชิงนโยบาย เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการบริหารงาน เพื่อช่วยประกอบในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมอย่างมีกระบวนการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ อีกทั้งยังช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มีเกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางดำเนินงาน โดยจะแสดงให้เห็นถึงขั้นตอน วิธีการดำเนินงาน ช่วงระยะเวลา รายละเอียดของงาน มาตรฐานคุณภาพงาน ระบบติดตามและการประเมินผล แสดงผู้รับผิดชอบ และเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอันเป็นแนวทางในการทำงานให้ได้บรรลุเป้าหมายในการว่าใครจะทำอะไร เมื่อไร อย่างไร กระบวนการได้อย่างชัดเจน ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยในการประสานความร่วมมือระหว่างผู้ที่มีความเกี่ยวข้องให้การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้มีความเข้าใจร่วมกันส่งผลให้ผลการดำเนินงานประสบความสำเร็จได้อย่างเป็นระบบ (คณิง สายแก้ว, 2549, หน้า 13; กรมกิจการเด็กและเยาวชน, 2559, หน้า 2; ชรินทร์ จิตตสุโก, 2560, หน้า 13; ลัดดาวัลย์ เนานาดี, 2565, หน้า 17)

สรุปได้ว่าข้อเสนอเชิงนโยบายมีความสำคัญที่จะเป็นกรอบในการทำงานเพื่อใช้ในการวางแผนทั้งในระยะสั้นหรือในระยะยาว เพื่อช่วยในการตัดสินใจจัดทำกิจกรรมหรือการทำงานให้สามารถดำเนินการอย่างสะดวกและรวดเร็ว ใช้ในการควบคุมและการติดตามการปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ

1.6 องค์ประกอบของข้อเสนอเชิงนโยบาย

ข้อเสนอเชิงนโยบาย ประกอบด้วย ประเด็นนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางในการปฏิบัติ (ไชยา ภาวะบุตร, 2549, หน้า 206-208; สมภาร คีโล, 2552; หน้า 18; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2553; หน้า 17-19)

1.6.1 ประเด็นนโยบาย คือการวางแผนทำกิจกรรมอย่างรอบคอบเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจและบรรลุเป้าหมายขององค์การอย่างมีเหตุผล

1.6.2 วัตถุประสงค์ คือ สิ่งที่ตั้งใจว่าจะให้บรรลุถึงหรือให้ประสบความสำเร็จ

1.6.3 แนวทางในการปฏิบัติ คือ เป็นแนวทางการปฏิบัติงานหรือเป็นแผนลำดับขั้นตอนที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.6.4 ในงานวิจัยนี้มีประเด็นนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางในการปฏิบัติของข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร จำนวน 4

ด้านได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด และด้านสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

1.7 ขั้นตอนการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย มีขั้นตอนและวิธีการ 3 ขั้นตอน ดังนี้
(วรชระ พลพิทักษ์, ธวัชชัย ไพโหล และเพลินพิศ ธรรมรัตน์, 2563, หน้า 294-297)

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวทางการแก้ปัญหา โดยมีวิธีการศึกษา 4 วิธี คือ 1) การศึกษาเอกสาร 2) การศึกษาเชิงสำรวจ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ทรงคุณวุฒิ และ 4) การศึกษาพหุกรณี

ขั้นตอนที่ 2 การจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ประกอบด้วย 1)การสัมมนาเชิงปฏิบัติการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกันโยบาย และ 2) การจัดสัมมนาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้ข้อมูลในการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยมีเกณฑ์พิจารณาในร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย 4 ด้าน ได้แก่ ความเหมาะสม (Propriety) ความเป็นไปได้ (Feasibility) ความสอดคล้อง และการยืนยันโดยผู้เชี่ยวชาญในด้านความเหมาะสม (Propriety) ความเป็นไปได้ (Feasibility) ความสอดคล้อง (Compatibility) และ ความมีประโยชน์ (Utility) ของร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยได้รับการตรวจสอบหรือยืนยันโดยผู้เชี่ยวชาญในด้านความเหมาะสม (Propriety) ความเป็นไปได้ (Feasibility) ความสอดคล้อง (Compatibility) และ ความมีประโยชน์ (Utility) ของร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

สรุปได้ว่าการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจะมีการศึกษาสภาพปัญหา หรือสภาพปัจจุบันแนวทางการพัฒนา ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือการวิจัยแล้วแต่กรณีซึ่งการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายจะมีการยืนยันโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ ตามแต่ที่ดำเนินการในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้มีการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครโดยมีการกำหนดขั้นตอนการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยสภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง สิ่งที่เป็น

อุปสรรคต่อระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากภาคส่วนต่าง ๆ และความต้องการพัฒนาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง ความประสงค์ที่แท้จริงของผู้เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครในการแก้ปัญหาและปรับปรุง การผลิต การแปรรูป การตลาด รวมถึงการสนับสนุนส่งเสริมมาจากภาคส่วนต่าง ๆ ให้ดีขึ้น จากนั้นจึงนำผลการศึกษาดังกล่าวมาพิจารณาร่วมกับผลการศึกษาคำคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร และผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มาประกอบการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายฯ

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครโดยใช้การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร โดยใช้การบันทึกสรุปผลการประชุม การถ่ายภาพ การบันทึกเสียง

ขั้นตอนที่ 3 การยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครด้วยแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครที่มีการประเมินความสอดคล้อง (IOC) โดยพิจารณาความเหมาะสม ความสอดคล้อง ความเป็นไปได้

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า ประกอบด้วย ความหมายของระบบธุรกิจ ความหมายของห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า แนวคิดเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภค และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ดังจะอธิบายต่อไปนี้

2.1 ความหมายของระบบธุรกิจ

ระบบธุรกิจ มาจาก คำว่าระบบ และ คำว่าธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้
ระบบ หมายถึง องค์ประกอบหรือส่วนประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยง
เกี่ยวข้องทำงานไปด้วยกันทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งมีเป้าหมายหรือ

วัตถุประสงค์อันเดียวกันตามลักษณะหรือวิธีการทำงานของแต่ละองค์กรนั้น ๆ เช่น ระบบเงิน ระบบโรงพยาบาล ระบบธุรกิจ เป็นต้น (จันทน์ สงวนนาม, 2545, หน้า 85; นิศา ชูโต, 2545 หน้า 51, ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, ลัทธிகาล ศรีวะรมย์, สุดา สุวรรณภิรมย์ และชวลิต ประภาวนนท์ 2545, หน้า 45)

สรุปได้ว่าระบบหมายถึง การรวมส่วนต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเป็นหนึ่งเดียวกันภายใต้สภาพแวดล้อมของงานแต่ละประเภทตามวัตถุประสงค์ของงานหรือองค์กร

ธุรกิจ หมายถึง การประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยมีการผลิตสินค้าหรือบริการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางทางการตลาดโดยใช้กิจกรรมทางธุรกิจสนับสนุน เช่น การขนส่ง การธนาคาร การประกันภัย เพื่อให้ถึงมือผู้บริโภคโดยได้รับความพึงพอใจหรือประทับใจ ซึ่งการดำเนินกิจกรรมต้องได้รับผลตอบแทนหรือกำไรจากการดำเนินการและการดำเนินกิจกรรมก็มีความเสี่ยงในการขาดทุนได้เช่นกันหากวางแผนได้ไม่สอดคล้องเหมาะสมกับพอใจหรือความต้องการของผู้บริโภค (พรพรหม พรหมเพศ, 2551, หน้า 3; พนิดา พานิชกุล, 2554, หน้า 2; สุดาร์ตน์ พิมลรัตนกานต์, 2564, หน้า 2)

สรุปได้ว่าธุรกิจ หมายถึงการกระทำกิจกรรมในทางเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดสินค้าหรือบริการโดยมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจตรงความต้องการของผู้บริโภคโดยมุ่งหวังรายได้หรือกำไรในการดำเนินกิจการ

ระบบธุรกิจ (Business System) จึงหมายถึง องค์ประกอบของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันตั้งแต่การผลิต การแปรรูป การตลาด ตั้งแต่ปัจจัยการผลิตนำสู่การผลิตหรือการแปรรูปมายังผู้บริโภค โดยมีการกำหนดแบ่งแยกหน้าที่รายละเอียดไว้อย่างชัดเจนตามประเภทของธุรกิจ โดยมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ผลตอบแทนหรือกำไรจากการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยได้รับการสนับสนุนจากภาคที่เกี่ยวข้อง (สมโพธิ วงศ์พันธุ์, ม.ป.ป, หน้า 4; อรรถศาสตร์ วิเศียรศาสตร์, 2557, หน้า 18-19; ดวงใจ สมภักดี, 2559, หน้า 2)

สรุปได้ว่าระบบธุรกิจ หมายถึงองค์ประกอบหรือส่วนประกอบย่อยของธุรกิจแต่ละประเภทที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกันเพื่อต้องการรายได้หรือกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

ในการวิจัยนี้ได้กำหนดให้ ระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึง ระบบที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป การตลาด รวมถึงการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี ดังนี้

การผลิต หมายถึง การปลูกหมากเฒ่า การดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า การเก็บ
ผลผลิต การขยายพันธุ์

การแปรรูป หมายถึง การแปรรูปหมากเฒ่าให้เป็นผลิตภัณฑ์น้ำหมากเฒ่า
พร้อมดื่ม น้ำหมากเฒ่าเข้มข้น น้ำหมากเฒ่าแช่ ไวน์หมากเฒ่า และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อการ
บริโภคและจำหน่าย

การตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลหมากเฒ่า กิ่งพันธุ์
หมากเฒ่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า การคิดต้นทุนรายรับรายจ่ายและการกำหนด
ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายรวมทั้งการส่งเสริมการตลาด

การสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี หมายถึงการให้ความช่วยเหลือ
ส่งเสริมหรืออุปการะ จากหน่วยงาน องค์การภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งใน
และนอกพื้นที่เกี่ยวกับด้านวิชาการ งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี รวมทั้ง
กฎระเบียบข้อกฎหมายต่าง ๆ

2.2 ความหมายของห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันโดย
ได้มีการออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในกระบวนการปัจจัยการผลิต ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย
และลูกค้า โดยการออกแบบห่วงโซ่คุณค่ามุ่งเน้นสร้างคุณค่าหรือคุณประโยชน์ที่สนองตอบ
ความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจหรือประทับใจสูงสุดผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ใน
กระบวนการเริ่มตั้งแต่नावัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย
กระบวนการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภคและกระบวนการบริการหลังการขายซึ่งในการสร้าง
คุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งอาจจะดำเนินการโดยบริษัทเดียวหรือหลาย ๆ
บริษัทก็ได้ โดยมีการแบ่งขอบเขตหรือกิจกรรม โดยมุ่งประเด็นประสานความร่วมมือเพื่อ
สร้างความสามารถทางการแข่งขันและลดต้นทุนการจัดหาปัจจัยการผลิต รวมทั้งการจัด
จำหน่าย การลดระยะเวลาส่งมอบสินค้าเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปด้วยความราบรื่น ซึ่ง
ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างห่วงโซ่คุณค่ากับการตลาด
และการส่งมอบคุณค่าและการสร้างความพึงพอใจสู่ลูกค้า โดยห่วงโซ่คุณค่าจะช่วยให้เกิด
การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของสินค้า ซึ่งต้องหาความโดดเด่นในตัวสินค้าและ
สร้างความแตกต่างในตัวสินค้า รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่สนับสนุนให้เจ้าของธุรกิจสามารถ
สร้างความแตกต่างของสินค้า เพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันและสร้างคุณค่าของ

ตัวสินค้าได้ (โกศล ดีศีลธรรม, 2551, หน้า 93; ยรรยง ศรีสม, 2553, หน้า 40; Holweg, & Helo, 2014, p. 231)

โดยแนวคิดนี้ได้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ดังต่อไปนี้ (ยรรยง ศรีสม, 2553, หน้า 41-42)

2.2.1 กิจกรรมหลัก (Primary activities) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 5 กิจกรรม ดังนี้

2.2.1.1 การจัดหาวัตถุดิบ (Inbound logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลำเลียง การขนส่ง การตรวจรับ การเก็บรักษา การแจกจ่ายวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต และระบบคลังสินค้า เป็นต้น

2.2.1.2 การผลิต (Operations) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือบริการ ได้แก่ กิจกรรมงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักร การประกอบชิ้นส่วน ต่าง ๆ เป็นสินค้า การบรรจุภัณฑ์ การบำรุง รักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ การทดสอบ สินค้า และการควบคุมคุณภาพ เป็นต้น

2.2.1.3 การกระจายสินค้า (Outbound logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าให้พร้อมที่จะ กระจายตัวไปสู่ลูกค้า ได้แก่ กิจกรรมการเก็บ รักษาไว้ในคลังสินค้า การลำเลียงสินค้าไปส่งลูกค้า ดำเนินการส่งมอบสินค้า ดำเนินการ ตามใบสั่งซื้อ เป็นต้น

2.2.1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and sales) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ได้แก่ กิจกรรมการโฆษณา การจัดกิจกรรม การส่งเสริมการขาย การจัดทีมพนักงานขาย การกำหนดราคา และการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

2.2.1.5 การบริการให้ลูกค้าประทับใจ (Customer services) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าหรือบำรุง รักษาสินค้า รวมทั้งบริการหลังการขาย เช่น การติดตั้ง การซ่อมแซม การฝึกอบรม เป็นต้น

2.2.2 กิจกรรมสนับสนุน (Support activities) การที่จะดำเนินกิจกรรมหลักให้เป็นไป ด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ จำเป็นจะต้องมีกิจกรรมสนับสนุนเสริม ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรม ดังนี้

2.2.2.1 โครงสร้างพื้นฐาน (Firm infrastructure) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ บริหารงานทั่วไปในองค์กร โครงสร้างขององค์กร การวางแผน การ จัดทำระบบงานต่าง ๆ เช่น การควบคุมคุณภาพ ระบบบัญชีและการเงิน เป็นต้น

2.2.2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ได้แก่ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การยกระดับความรู้และทักษะ การเลื่อนตำแหน่ง การกำหนดระบบ การให้รางวัลที่เหมาะสมเพื่อจูงใจในการทำงาน การสร้าง สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจในงานแก่พนักงาน เป็นต้น

2.2.2.3 การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ เช่น การวิจัยและพัฒนา การ ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ การแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นต้น

2.2.2.4 การจัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ จัดหาปัจจัยการผลิต เช่น วัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ วัสดุสิ้นเปลือง เพื่อมาใช้ใน กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ส่งมอบหรือ ซัพพลายเออร์

กิจกรรมหลักทั้ง 5 กิจกรรม จะทำงานประสานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้ นั้นจะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม นอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่ สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน อีกด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าระบบสารสนเทศเป็นองค์ประกอบหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าในส่วน ของการพัฒนาเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ และ การควบคุม จะต้องทำหน้าที่สนับสนุน เชื่อมต่อกิจกรรมในทุกองค์ประกอบของห่วงโซ่ คุณค่าเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร

สรุปได้ว่าห่วงโซ่คุณค่า หมายถึงเป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องและ สามารถเพิ่มมูลค่าจากกระบวนการผลิตสู่กระบวนการตลาด ตั้งแต่หาปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และการส่งมอบสินค้าโดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจเพื่อสร้าง ความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมหลัก และ กิจกรรมสนับสนุน

2.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการวิเคราะห์ถึงความสามารถในการแข่งขันทำอย่างไรให้สินค้ามีคุณค่าต่อมุมมองลูกค้าโดยพิจารณาจากการศึกษาถึง กิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่ามีรายละเอียดอย่างไร ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบจุดแข็งจุดอ่อนของของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาในด้านของต้นทุนการผลิตและการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ได้เป็นอย่างดี (ยรรยง ศรีสม, 2553, หน้า 40; เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2550, หน้า 64)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนเพื่อมุ่งสร้างรายได้ขององค์กรในการดำเนินกิจกรรม ตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำถึงกิจกรรมปลายน้ำ ได้มีการกำหนดรายละเอียดไว้ดังนี้ (วีระพัฒน์ เศรษฐสมบุรณ์, เสกสรรค์ บัวระภา และรังสฤษฎ์ สุทธิคุณ, 2549, หน้า 44-45)

2.3.1 กิจกรรมต้นน้ำ ได้แก่ การพัฒนาด้านการเกษตร เพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ เช่น การจัดการพื้นที่ เพาะปลูก การส่งเสริมการเกษตร การปรับปรุงและพัฒนาดินและชลประทาน การปรับปรุงพัฒนาการเก็บเกี่ยว ผลผลิต ซึ่งต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานการผลิตให้มีคุณภาพ

2.3.2 กิจกรรมกลางน้ำ ได้แก่ การพัฒนาด้านอุตสาหกรรม เช่น การแปรรูปและพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์การตรวจสอบผลิตภัณฑ์การพัฒนาคุณภาพเพื่อการส่งออก การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้วยการหา ท่าเรือที่ตั้งที่เหมาะสมเพื่อการลดต้นทุนในการนำเข้าวัตถุดิบหรือการส่งออกผลิตภัณฑ์

2.3.3 กิจกรรมปลายน้ำ ได้แก่ การพัฒนาด้านการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การส่งเสริมด้านการตลาด

สรุปได้ว่าการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นการประเมินความสามารถในการแข่งขันจากในส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุนซึ่งมุ่งเน้นให้มีคุณค่าในมุมมองของลูกค้า ซึ่งสินค้าต้องมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำและมีความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยวัดคุณค่าจากรายได้รวมของกิจการที่ได้มีการสร้างคุณค่าจากกิจกรรมหลักและ กิจกรรมสนับสนุนตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำถึงกิจกรรมปลายน้ำ

ในงานวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครได้ทำการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าตั้งแต่ต้นน้ำคือการผลิต กลางน้ำคือการแปรรูป และปลายน้ำคือการตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี ซึ่งได้กำหนดความหมายสภาพปัญหาและความต้องการ ดังนี้

สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึงสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ

ความต้องการพัฒนาของระบบธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึงความประสงค์ที่แท้จริงของผู้เกี่ยวข้องับระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ในการแก้ปัญหาและปรับปรุงการผลิต การแปรรูป การตลาด รวมถึงการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ ให้ดีขึ้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ

ในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปประเด็นสำคัญที่จะอธิบาย ความหมายของพันธมิตรทางธุรกิจ ลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ และการจัดตั้งของพันธมิตรทางธุรกิจ ดังจะอธิบายต่อไปนี้

2.4.1 ความหมายของพันธมิตรทางธุรกิจ

พันธมิตรทางธุรกิจ หมายถึงความร่วมมือระหว่างองค์กรหรือธุรกิจมากกว่าหนึ่งองค์กรได้มาตกลงร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ โดยได้มีการทำความตกลงหรือทำสัญญาเพื่อแบ่งปันข้อมูลในการทำกิจกรรมการค้าหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยใช้ทรัพยากรหรือมีการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ร่วมกัน อันจะนำไปสู่การสร้างความสามารถในทางธุรกิจเพื่อสร้างความความได้เปรียบในการแข่งขันโดยได้รับผลประโยชน์ร่วมกันและสนองความต้องการของธุรกิจร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมให้ประสบผลความสำเร็จและสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้นหรือใช้งบประมาณน้อยลง ซึ่งการร่วมมือกันในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจช่วยให้การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ประสบความสำเร็จได้ง่ายกว่าดำเนินการเองตามลำพังเกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย (เจษฎา พงศ์พิริยะกาญจน์, 2553, หน้า 3; พัทธ์ชัย ทศตร, 2558, หน้า 32; รัตนา สีสดี, 2559, หน้า 16; ณัฐทริญา ศุภกาญจน์, 2564, หน้า 6)

พันธมิตรทางธุรกิจที่ดีที่จะช่วยส่งเสริมกันให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว ควรประกอบด้วย 3 ปัจจัยรวมกัน ดังนี้ (สยาม ประสิทธิศิริกุล, 2561, ไม่ปรากฏเลขหน้า)

2.4.1.1 ค่านิยมของทั้ง 2 องค์การเหมือนกัน คือการมีความคิด ความเชื่อที่เหมือนกัน วิธีและแบบแผนของทั้ง 2 บริษัทจะได้สอดคล้องและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน สนับสนุนให้ทำธุรกิจร่วมกันได้ดีในระยะยาว นอกจากนี้ ลูกค้าหรือผู้บริโภคยังมีแนวโน้มที่จะยอมรับการจับมือกันทางธุรกิจระหว่าง 2 องค์การมากกว่าปกติด้วย

2.4.1.2 ความชัดเจน บริษัททั้งสองควรเจรจาตกลงกันแบบเปิดเผยตั้งแต่เริ่มต้น พูดคุยกันถึงจุดประสงค์และเป้าหมายของตนเองก่อนที่จะรวมเป็นพันธมิตรหรือค้าขายกัน การพูดคุยแบบเปิดเผยตรงไปตรงมาจะช่วยให้ประสานงานธุรกิจง่ายขึ้น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการสนับสนุนจากอีกฝั่งด้วย เพราะต่างฝ่ายต่างทราบว่าตัวเองต้องการความช่วยเหลือในด้านใด

2.4.1.3 มีวิสัยทัศน์เหมือนกันข้อนี้ต่างจากเป้าหมายรวมกัน ทั้ง 2 ฝ่ายอาจมีเป้าหมายทางธุรกิจที่ต่างกันได้ แต่จะดีกว่ามากหากพันธมิตรทางธุรกิจมีวิสัยทัศน์ที่ตรงกัน เพราะวิสัยทัศน์จะเป็นตัวเชื่อมเกิดแผนดำเนินงานที่มีรูปแบบไปทิศทางเดียวกัน เกิดมาตรฐานที่สอดคล้องกัน ทำให้การค้าขายการทำธุรกิจร่วมกันดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่าพันธมิตรทางธุรกิจ หมายถึงความร่วมมือกันในการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลประโยชน์ร่วมกันสร้างความสามารถในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่เสริมกันทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งการสร้างพันธมิตรหรือการแสวงหาพันธมิตรธุรกิจจะทำให้ธุรกิจบรรลุสู่เป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วขึ้นซึ่งเป้าหมายอาจเป็นด้านการลดต้นทุนหรือการเพิ่มยอดขาย สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือใช้ความรู้หรือเทคโนโลยีที่ขาดอยู่มาเสริมการดำเนินธุรกิจ โดยมีการรวมตัวกันดำเนินกิจกรรมสร้างลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน สร้างโอกาสและความสามารถในการแข่งขัน

ในงานวิจัยนี้ได้กำหนดตัวแปรพันธมิตรทางธุรกิจ หมายถึงองค์การหรือภาคส่วนทางธุรกิจที่จะร่วมมือดำเนินธุรกิจหากเม่า การรวมกลุ่มเพื่อรักษาผลประโยชน์ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันช่วยเหลือและสนับสนุนกันและกัน

2.4.2 ลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ

พันธมิตรทางธุรกิจเป็นกลยุทธ์ความร่วมมือและกระบวนการในการจัดการความร่วมมือ ระหว่างคู่พันธมิตรที่นับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จขององค์กร เป็นการช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดการกับทรัพยากรและความรู้ความสามารถของตนเองที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมพร้อมกับการพัฒนาทรัพยากรและความสามารถเพิ่มเติมเพื่อเป็นพื้นฐานนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่ง

โดยทั่วไปลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจมีดังนี้ (Ireland, Hoskins & Hitt, 2013, pp. 235-238)

2.4.2.1 พันธมิตรแบบเซ็นสัญญา (Contractual Agreement Alliance) เป็นความร่วมมือ ระหว่างธุรกิจตั้งแต่ 2 ธุรกิจขึ้นไป โดยทำข้อตกลงสัญญาร่วมกันในการที่จะแบ่งปันทรัพยากรและความรู้ความสามารถบางอย่างเพื่อที่จะได้รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้ทางเทคโนโลยีการแลกเปลี่ยนเทคนิคการบริหารจัดการการวิจัยและพัฒนา ร่วมกันเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่การใช้ทรัพยากรร่วมกันในการจัดส่งสินค้า และการจัดซื้อวัตถุดิบหรือสินค้านำเข้าร่วมกันเพื่อให้เกิดการลดต้นทุน เป็นต้น แต่ลักษณะนี้จะมี ความผูกพันระหว่างธุรกิจค่อนข้างน้อย เนื่องจากธุรกิจดำเนินการอย่างอิสระไม่ขึ้นต่อกัน จะมีความร่วมมือกันเฉพาะประเด็นที่ได้มีการตกลงกันไว้ในสัญญาเท่านั้น

2.4.2.2 พันธมิตรแบบเข้ามาถือหุ้นระหว่างกัน (Equity Alliance) คือลักษณะความร่วมมือระหว่างธุรกิจในรูปแบบของการร่วมลงทุน โดยการรวมสินทรัพย์ที่เป็น ทรัพย์สิน เช่น ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินทุน และสินทรัพย์ที่เป็นนามธรรม เช่น ชื่อเสียงของแบรนด์เครื่องหมายการค้าทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งจะทำให้แต่ละธุรกิจมีสิทธิ ในการเป็นเจ้าของธุรกิจใหม่ที่สร้างขึ้น และสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการ แข่งขันในด้านต่าง ๆ เช่น ตลาด เทคโนโลยีการเงิน และการจัดซื้อ เป็นต้น วิธีนี้มีความ ร่วมมือที่เหนียวแน่นมากกว่าการแค่เซ็นสัญญาเนื่องจากมีเรื่องของเงินทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วย

2.4.2.3 พันธมิตรแบบธุรกิจร่วมทุน (Joint Venture Alliance) คือ การที่ธุรกิจ ตั้งแต่ 2 ธุรกิจขึ้นไปตกลงร่วมลงทุนในการจัดตั้งธุรกิจใหม่ร่วมกัน ซึ่งมีการดำเนินงานที่ แยกจากธุรกิจหรือองค์กรเดิมที่แต่ละฝ่ายมีอยู่แล้วลักษณะของพันธมิตรแบบร่วมทุนจะมี ส่วนร่วมในการบริหารงานของพันธมิตรและการกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของพันธมิตร ร่วมทุนอย่างชัดเจน ความร่วมมือลักษณะนี้เน้นกลยุทธ์การบริหารและการดำเนินงาน

ร่วมกันเมื่อธุรกิจต้องการที่จะรวมทรัพยากรและความสามารถของธุรกิจกับคู่พันธมิตร เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างจากเดิม หรือเมื่อต้องการเข้าไปแข่งขันในตลาดที่มีความไม่แน่นอนสูง

2.4.2.4 พันธมิตรแบบการร่วมลงทุนอย่างเต็มรูปแบบ (Full-blown Joint Venture) เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ร่วมมือกันในระยะยาวโดยผู้เป็นพันธมิตร จะให้การสนับสนุนด้านทุนและทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง อย่างไม่มีข้อจำกัดเหมือนการเป็นพันธมิตรประเภทอื่นอีกทั้งพันธมิตรหลักจะไม่มี การเรียกเงินลงทุนหรือทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงานคืน

2.4.2.5 พันธมิตรแบบการรวมกันเฉพาะกิจ (Adhoc Pool) เป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกัน โดยมีการลงทุนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันให้น้อยที่สุด โดยมีแผนดำเนินงานร่วมกันเพียงในระยะเวลาอันสั้น เช่น คน เงินทุน เทคโนโลยี เป็นต้น

2.4.2.6 พันธมิตรแบบการร่วมมือ (Consortium) เป็นการร่วมกันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในลักษณะเดียวกันกับพันธมิตรแบบการรวมกันเฉพาะกิจ (Adhoc Pool) แต่พันธมิตรจะมีความพร้อมและทุ่มเทในการลงทุนร่วมกันเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเมื่อพบโอกาส ใหม่ในการดำเนินธุรกิจหรือ พบอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

2.4.3 การจัดตั้งของพันธมิตรทางธุรกิจ

การจัดตั้งของพันธมิตรทางธุรกิจมีข้อพิจารณาก่อนการจัดตั้งพันธมิตรทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ (ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค, 2547 หน้า 11-13)

2.4.3.1 แรงจูงใจ (Motive) การจัดตั้งพันธมิตรของแต่ละบริษัท มีเหตุผลต่างกัน ทำให้มีเป้าหมายที่ต่างกัน เช่น ความไม่แน่นอนของตลาด และ การลดข้อจำกัดของบริษัทในการดำเนินการธุรกิจ เป็นต้น

2.4.3.2 การคัดเลือกหน่วยธุรกิจ (Selection) ขั้นตอนในการคัดเลือกสมาชิกของกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจถือว่า เป็นขั้นตอนที่สำคัญ ในการจัดตั้งพันธมิตรทางธุรกิจ ความเหมาะสมของบริษัทพันธมิตร ทั้งในแง่ของความสามารถและความจริงใจในการร่วมพันธมิตรเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของพันธมิตรทางธุรกิจ หลักเกณฑ์ในการประเมินความเหมาะสมของสมาชิก ได้แก่

1) ทรัพยากรที่เกื้อกูลและเหมาะสมกัน (Complementary Resource and Competency) ในการเลือกสมาชิกที่จะเข้าร่วมกลุ่มพันธมิตรนั้นควรคัดเลือกจากความสามารถที่จะเข้ามาเสริมสิ่งที่ตนยังขาดอยู่เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัท

2) ความเข้ากันได้ด้านกลยุทธ์ (Strategic Compatibility) คือความเข้ากันได้ด้านกลยุทธ์นโยบาย และวัตถุประสงค์ในระยะยาวของสมาชิกที่จะเข้าร่วมกลุ่มพันธมิตรหากสมาชิกมีความขัดแย้งด้านนโยบายและเป้าหมายก็จะนำไปสู่ความไม่มั่นคงและความล้มเหลวของกลุ่มพันธมิตรในที่สุด

3) ความเข้ากันได้ระดับปฏิบัติการ (Operation Compatibility) คือ ความเข้ากันได้ของสมาชิกในระดับวิธีการปฏิบัติงานขั้นตอนการทำงาน รวมถึงความซับซ้อนของเทคโนโลยีในการผลิตและดำเนินงาน เช่น บริษัทจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่อยู่ในระดับสูง ร่วมทุนกับบริษัทท้องถิ่นในประเทศไทยที่มีเทคโนโลยีการผลิตที่ต่ำย่อมนำไปสู่ปัญหาและความขัดแย้งในระดับการปฏิบัติงาน

4) ความเข้ากันได้ด้านวัฒนธรรม (Cultural Compatibility) คือ ความเข้ากันได้ของวัฒนธรรมในองค์กรของสมาชิก โดยแต่ละบริษัทย่อมมีปรัชญาการดำเนินการ ความเชื่อ ค่านิยม แตกต่างกัน โดยเฉพาะพันธมิตรทางธุรกิจต่างประเทศการร่วมพันธมิตรทางธุรกิจโดยสมาชิกที่ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมองค์กรมาก ๆ อาจทำให้เกิดปรากฏการณ์ “Culture Shock” หรือความขัดแย้งทางวัฒนธรรมอย่างรุนแรงและนำไปสู่ความขัดแย้งในการดำเนินงานของกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจในที่สุด

2.4.3.3 จังหวะเวลา (Timing) ในการจัดตั้งพันธมิตรทางธุรกิจการเลือกจังหวะเวลาที่เหมาะสมจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการจากการเข้าร่วมพันธมิตรปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกจังหวะเวลา ได้แก่

1) อำนาจการต่อรองของบริษัท บริษัทมักเลือกจังหวะเวลาที่ตนเองมีอำนาจในการต่อรองสูงเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการเข้าร่วมพันธมิตรทางธุรกิจ

2) ความไม่แน่นอนทางการตลาด และการแข่งขันในระดับสูงในตลาดเป็นปัจจัยที่บริษัทในปัจจุบันคำนึงถึงในการเลือกจังหวะเวลาในการจัดตั้งพันธมิตรทางธุรกิจโดยต้องผลักดันให้เกิดพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อรับมือกับความผันผวนทางการตลาดและการแข่งขันในตลาดเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้และให้สามารถขยายขอบเขตของธุรกิจเพื่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

3) ความขาดแคลนหรือจำนวนบริษัทที่เหมาะสมที่จะเป็นพันธมิตร
น้อยลงหากบริษัทไม่รีบเร่งที่จะจัดตั้งพันธมิตรกับบริษัทที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่ต้องการก็
จะเสียโอกาสในการที่จะได้บริษัทที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการมาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

สรุปได้ว่าพันธมิตรทางธุรกิจมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจไม่ว่าจะเป็น
องค์กรใดก็ตามซึ่งต้องมีแรงจูงใจและความเข้าใจร่วมกันจากวิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน
หรือดำเนินกิจกรรมใด ๆ เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนกันในการดำเนินธุรกิจ

งานวิจัยนี้ได้นำเอาแนวคิดของพันธมิตรทางธุรกิจนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อประสิทธิภาพของระบบธุรกิจมากเฝ้าในจังหวัดสกลนครว่า พันธมิตรทาง
ธุรกิจ หมายถึงองค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจที่จะร่วมมือดำเนินธุรกิจมากเฝ้าการ
รวมกลุ่มเพื่อรักษาผลประโยชน์ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน
สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันช่วยเหลือและสนับสนุนกันและกัน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ เป็นการทำความเข้าใจถึง
ความหมายของผู้ประกอบการ คุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ และสมรรถนะการ
เป็นผู้ประกอบการ ดังนี้

2.5.1 ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการ

การเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีแรงจูงใจในที่จะดำเนินธุรกิจโดย
แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาหรือสร้างผลผลิต
โดยใช้องค์ความรู้อย่างบูรณาการโดยใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการที่มีคุณค่า
ต่อตัวผู้ประกอบการและต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหรือตลาด และยอมรับความเสี่ยงในการ
ลงทุนจากการประกอบกิจการ รวมถึงใช้ความสามารถและประสบการณ์จัดสรรเวลาและ
ทรัพยากรให้มีความเหมาะสมเพื่อจัดการให้เกิดการผลิตสินค้าการจำหน่ายหรือการ
ให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีการเพิ่มของผลผลิตและเกิดประโยชน์สูงสุดในองค์กร โดยใช้
ความมุ่งมั่นอดทน กล้าตัดสินใจในการทำงาน ค่อยๆปรับประคองให้ธุรกิจอยู่รอดและมี
การเจริญเติบโต ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความเจริญเติบโตอย่าง
ต่อเนื่องจากคิดและดำเนินการของผู้ประกอบการเอง (อาทิตย์ วุฒิตะโร, 2543, หน้า 39;
ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา, 2558, หน้า 3; สุภาภรณ์ โตโสภณ,

2561, หน้า 73; กัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล, 2564, หน้า 31; สุภาภรณ์ อุดมรักษ์, เบญจวรรณ นันทชัย นีรชา, รุ่งเรือง ลาภไพศาล และอิสรา โยริยะ, 2564, หน้า 94)

สรุปได้ว่าการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาโอกาสในทางธุรกิจโดยมีเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมผลิตสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของตลาดโดยได้รับผลตอบแทนจากลงทุนและยอมรับความเสี่ยงในการตัดสินใจในการทำธุรกิจ

2.5.2 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Feature of Entrepreneurs) หมายถึง สมรรถนะของบุคคลซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวทางการกระทำพฤติกรรม หรือกระบวนการคิดที่เกิดจากการเรียนและฝึกหัดประสบการณ์จากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อนำมาบูรณาการและนำไปใช้กับธุรกิจ ซึ่งต้องเป็นคนที่ไวทันต่อการเปลี่ยนแปลง และมีมุมมองในการวิเคราะห์เพื่อการอยู่รอด โดยสิ่งเหล่านี้จะเพิ่มพูนคงอยู่ภายในตัวบุคคลเป็นระยะเวลานานพอสมควร ดังนี้ (สุทธิ พนาวร, 2545, หน้า 37; สุธีรา เดชนครินทร์, จันติมา จันทรเอียด, ธธิรา ศิริพันธ์, วชิราภรณ์ ขุนจันทร์ และภัทริยา สังข์น้อย, 2553, หน้า 79; ชลิตา บุญญา, 2557, หน้า 4-6)

ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบด้วย ความมุ่งมั่นอดุสาหะ การเข้าใจตนเอง การตัดสินใจ วางแผนเพื่ออนาคต ความเป็นอิสระ ความสามารถในการโน้มน้าว ความเข้าใจในตลาดอย่างลึกซึ้ง การตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และโอกาสทางธุรกิจ ดังนี้ (ชลิตา บุญญา, 2557, หน้า 4-6)

2.5.2.1 ความมุ่งมั่นอดุสาหะ (Perseverance) หมายถึง ความพยายาม ขวนขวาย บากบั่น หมั่นเพียรมานะ ความเพียรพยายามที่จะทำในสิ่งที่ต้องการหรือรับผิดชอบอย่างมุ่งมั่นและตั้งใจ เพื่อที่จะทำให้สำเร็จมุ่งในการศึกษาครั้งนี้

2.5.2.2 การเข้าใจตนเอง (Self-knowledge) หมายถึง ความสามารถในการรู้จักตระหนักในตนเอง สามารถเท่าทันความคิดการกระทำของตนเอง มีความรู้เท่าทันอารมณ์ความรู้สึก ความคิด ความคาดหวัง ความปรารถนา และตัวตนของตนเองอย่างแท้จริง

2.5.2.3 การตัดสินใจ (Decisiveness) หมายถึง การคิดทบทวนไตร่ตรองอย่างรอบคอบ โดยผู้ที่ทำการตัดสินใจได้จะต้องเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ และมีความมั่นใจที่จะสามารถจัดการ กับปัญหาต่าง ๆ ได้ การตัดสินใจนั้นจะต้องมีความมั่นใจ

และสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่าข้อมูลที่ประกอบการตัดสินใจนั้นอาจจะไม่เพียงพอต่อการช่วยในการตัดสินใจก็ตาม ทั้งนี้การตัดสินใจถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

2.5.2.4 วางแผนเพื่ออนาคต (Planning for the Future) หมายถึง กระบวนการพิจารณา หาทางเลือกที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงาน โดยใช้ปัจจัยหลายอย่างประกอบกับเหตุและผล ซึ่งจะต้อง คำนึงถึงจุดประสงค์และเป้าหมายของการดำเนินงาน รวมถึงปัญหาต่าง ๆ และวิธีการแก้ไขปัญหา เหล่านั้นเพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.5.2.5 ความเป็นอิสระ (Independence) หมายถึง การกระทำในสิ่งใดก็ได้โดยไม่อยู่ภายใต้ขอบเขต หรือกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ในการศึกษาครั้งนี้ ความอิสระยังหมายถึง ผู้ประกอบการทำงาน ได้ดีเมื่อรู้สึกว่า มีอิสระในการทำงาน พร้อมทั้งมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถรับผิดชอบ ต่อการกระทำไม่ว่าจะตัดสินใจ ทำหรือไม่ทำก็ตาม

2.5.2.6 ความสามารถในการโน้มน้าว (Ability to Persuade) หมายถึง ความสามารถในการดึงดูด หรือ ปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนด้วยการใช้ภาษากายและภาษาพูดในเชิงเสนอแนะ ขอร้องหรืออ้อนวอน ซึ่งจะต้องค้นหาและเข้าใจถึงความต้องการของผู้ที่ถูกโน้มน้าว จึงจะสามารถนำเสนอสิ่งที่ต้องการโน้มน้าวได้อย่างบรรลุเป้าหมาย ในการโน้มน้าวควรใช้ถ้อยคำและน้ำเสียงที่สุภาพ น่าเชื่อถือ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจของผู้ที่ถูกโน้มน้าว

2.5.2.7 ความเข้าใจในตลาดอย่างลึกซึ้ง (Insight into the Market) หมายถึง การเข้าใจใน กระบวนการทางตลาดและภาวะทางเศรษฐกิจ โดยการค้นคว้า วิจัย ศึกษาหาข้อมูลและนำมาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงปัญหาต่าง ๆ รวมถึงวิธีการแก้ไข ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ในการลงทุนหรือการ ตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างบรรลุเป้าหมายสูงสุด ในการศึกษาครั้งนี้

2.5.2.8 การตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Awareness of Potential Returns on Investment) หมายถึง การประเมินสถานการณ์การลงทุนที่อาจจะได้รับ ความเสี่ยงหรือผลกำไร ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน อาจจะมีการคาดเคลื่อนมากหรือน้อยไปกว่าที่ผู้ลงทุนคาดหวังว่าจะได้รับ ซึ่งผู้ลงทุนควรจะประเมิน สถานการณ์เพื่อรองรับความเสี่ยงและผลที่จะตามมา

2.5.2.9 โอกาสทางธุรกิจ (Business Opportunities) หมายถึง ช่องทาง แนวทาง การลงทุน ที่คาดหวังว่าจะได้ผลกำไร ซึ่งควรจะศึกษาช่องทางการลงทุนต่าง ๆ อย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจ ลงทุน โดยสามารถใช้ปัจจัยต่าง ๆ เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจ และควรจะมีเป้าหมายอย่างชัดเจน ใน

สรุปได้ว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การที่บุคคลมีมุ่งมั่น มีความเข้าใจ ในการคิดการวางแผน อันจะนำไปสู่การตัดสินใจที่แสดงถึงพฤติกรรมและวิธีคิดซึ่งจะนำไปสู่การสร้างโอกาสทางธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบการ

2.5.3 สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติที่จำเป็นในการดำเนิน ธุรกิจซึ่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้แก่ความรู้ ทักษะ และความสามารถส่วนบุคคล อันจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จภายใต้สถานการณ์หรือความเสี่ยงใด ๆ ของธุรกิจก็ตาม รวมถึงความสามารถในการสร้างนวัตกรรม หรือความคิดสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบและความรอบคอบ ในการวางแผนและบริหารจัดการให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (สิทธิชัย ธรรมเสนห์, 2555, หน้า 14; ศรัญญา อรุณภู, 2557, หน้า 90; พัทธรินทร์พร ภู่อภิสิทธิ์, ระจิตรา ศุภติลลลักษณ์, อนงค์ ไตวัลย์ และวัชรารณ ชัยวรรณ, 2557, หน้า 68; นิภา ศรีวะรมย์, 2558, หน้า 120)

สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยดังนี้ (สุภาภรณ์ อุดมลักษณ์, เบญจวรรณ นันทชัย, นิรชา รุ่งเรืองลาภไพศาล และอิสรา โยริยะะ, 2564, หน้า 96)

2.5.3.1 มีทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล (Soft skills) คือ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติเชิงบวก ชยัน อดทน มีภาวะผู้นำ มีวิสัยทัศน์ และทักษะในการแก้ปัญหา

2.5.3.2 มีทักษะในการทำงาน (Hard skills) คือ มีความรู้และทักษะการบริหารธุรกิจ ยอมรับความเสี่ยง และสามารถใช้เทคโนโลยีในการประกอบการ

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่อยู่ภายในตัวบุคคลไม่ว่าจะเป็นความรู้ ทักษะ ความสามารถ และ ทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานตามตำแหน่งงานนั้น ๆ โดยสมรรถนะของการเป็นผู้ประกอบการแยก ได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้ (เพ็ญลดา ทุไพบเราะ, 2564, หน้า 68–69)

2.5.3.3 ด้านความรู้ (Knowledge) คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา การค้นคว้า หรือจากประสบการณ์เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ ประกอบด้วย

- 1) ความรู้ด้านการเงิน
- 2) ความรู้ด้านการลงทุน
- 3) แผนธุรกิจ

2.5.3.4 ด้านทักษะ (Skill) คือ สิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

1) ทักษะทางการคิด ซึ่งได้แก่

1.1) การคิดแก้ปัญหาและการตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making) คือ การคิดที่พยายามคลี่คลายปัญหาระหว่างสภาพจริงที่เกิดขึ้นกับสภาพความต้องการ ของบุคคลโดยตัดสินใจพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่เสี่ยง

1.2) การคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) คือการ กระบวนการคิดในรูปแบบใหม่ ๆ ความสามารถในการรับรู้ความคิดใหม่ ๆ จากทักษะและ กระบวนการคิดแบบต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้คน สังคมโลก ออกมาเป็นรูปธรรม และสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้

1.3) ทักษะทางการสื่อสาร คือความสามารถในการ สื่อสารข้อความการ ติดต่อสื่อสารมีอยู่ตลอดเวลาอาจกระทำด้วยวาจาและลายลักษณ์อักษรโดยทักษะที่เกิดขึ้นนั้นมาจากพื้นฐานทางความรู้ และสามารถปฏิบัติได้อย่าง แคล่วคล่องว่องไว

2.5.3.5 ด้านลักษณะ (Trait, habits) คือ เจตคติ ค่านิยม และความคิดเห็น เกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของตนเอง หรือสิ่งที่เชื่อว่าตนเองเป็น ประกอบด้วย

- 1) ความมั่นใจในตนเอง
- 2) ความกล้าเสี่ยง
- 3) มีวินัย
- 4) มีความรับผิดชอบต่อสังคม

สรุปได้ว่าสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการหมายถึงคุณสมบัติหรือพฤติกรรมที่ จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ ที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ หรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ที่ เกี่ยวข้องในการทำงานหรือประกอบการธุรกิจแต่ละประเภท

ในงานวิจัยนี้ได้นำความหมายของการเป็นผู้ประกอบการ คุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ ที่กล่าวมาข้างต้นมาประกอบการวิจัยในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า หมายถึงสาเหตุที่ทำให้การดำเนินงานของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครประสบความสำเร็จ โดยได้สรุปรวบรวมจากบททวนเอกสารจากงานวิจัย ได้ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการต่อประสิทธิผลหรือความสำเร็จของธุรกิจคือ การวางแผนกลยุทธ์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางธุรกิจ นวัตกรรม และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การวางแผนกลยุทธ์ หมายถึง การกำหนดแผนงานไว้ล่วงหน้า ครอบคลุมทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาดของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ทั้งระยะสั้นและระยะยาว การปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ รวมถึงมีการวางแผนรอบรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
- 2) การเรียนรู้ หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าด้วยตัวเอง รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการอื่น ๆ โดยได้เรียนรู้จากภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าให้ดีขึ้น
- 3) ประสบการณ์ทางธุรกิจ หมายถึง การเคยปฏิบัติเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่ามาไม่น้อยกว่า 5 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ให้ผลผลิตหมากเฒ่า 2-3 รอบ อันทำให้ผู้ประกอบการอันทำให้ผู้ประกอบการมีบทเรียนรอบด้าน โดยเป็นประสบการณ์ในการแก้ปัญหาและประสบการณ์ด้านความสำเร็จ รวมถึงการนำประสบการณ์มาพัฒนาการทำงานในปัจจุบันและอนาคต
- 4) ความสามารถทางธุรกิจ หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำที่แสดงถึงการมีความรู้ทักษะ จากการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าในเรื่องการผลิต การแปรรูป หรือการตลาด อย่างน้อย 1 เรื่อง
- 5) นวัตกรรม หมายถึง การนำความรู้ แนวคิด และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ โดยนำเอาเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน สร้างผลิตภัณฑ์ หรือวิธีการทำงานแบบใหม่เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า รวมถึงมีการติดต่อสื่อสารธุรกิจหมากเฒ่าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย

6) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจมาก
 มาได้รับการพัฒนาความรู้ และทักษะอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม และ
 มีขวัญและกำลังใจที่ดี

2.6 แนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภค

ในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น มีประเด็นสำคัญที่จะอธิบาย ความหมาย
 ของความคิดเห็น ประเภทของความคิดเห็น และการวัดความคิดเห็น ซึ่งมีรายละเอียดที่จะ
 อธิบายดังนี้

2.6.1 ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางความเชื่อ และความรู้สึกของแต่ละ
 คน โดยความรู้สึกในการประเมินความชอบหรือไม่ชอบของบุคคล เป็นความรู้สึกนึกคิด
 ของบุคคลในเชิงบวก กลาง ลบ ที่มีต่อสินค้าหรือบริการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหน่วยงาน
 ใดหน่วยงานหนึ่งซึ่งการแสดงออกถึง ทักษะ ความรู้สึก หรือความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือ
 เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งในการวินิจฉัย การพิจารณาหรือการประเมินผลอย่างมีรูปแบบ
 โดยได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติและข้อเท็จจริงความรู้ที่มีอยู่ของผู้แสดงความคิดเห็นต่อ
 เรื่องใดเรื่องหนึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็น
 อาจจะแสดงออกโดยการพูดหรือการเขียนโดยมีอารมณ์ ประสบการณ์ และ
 สภาพแวดล้อมในขณะนั้น และความคิดเห็นนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามช่วงเวลาและ
 สภาพแวดล้อมได้ (Evans & Eerman, 1995, p.182; Best, 1997, p. 169; Kotler, 2003,
 p. 199; เสกสรร วัฒนพงษ์, 2542, หน้า 141; วิฑูรย์ ฐานเมธิ, 2553, หน้า 10)

สรุปได้ว่าความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่ง
 หนึ่ง อันมีผลมาจากความเชื่อหรือทัศนคติของแต่ละบุคคล หรือจากอารมณ์ ประสบการณ์
 ในช่วงเวลาขณะนั้นหรือสภาพแวดล้อมซึ่งสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ไปตามปัจจัยที่
 เกี่ยวข้อง

2.6.2 ประเภทของความคิดเห็น

มีการกล่าวถึงประเภทของความคิดเห็นมีอยู่ 2 ประการด้วยกันคือ (Remmer.
 1954, p. 171)

2.6.2.1 ความคิดเห็นเชิงบวกสุด-เชิงลบสุด (Extreme Opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้โดยมีทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลง และในทิศทางลบสุดได้แก่ ความรังเกียจมาก ซึ่งความคิดเห็นนี้รุนแรงเปลี่ยนแปลงได้ยาก

2.6.2.2 ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Contents) การมีความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย และความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

สรุปได้ว่าประเภทของความคิดเห็นสามารถ แบ่งออกมาได้เป็น 2 ประเภท ความคิดเห็น คือความคิดเห็นที่สามารถบอกทิศทาง อาจจะเป็นเชิงบวก หรือเชิงลบ และความคิดเห็นที่ใช้ฐานความรู้และความเข้าใจในการคิดเห็นในทางที่ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย หรือไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

2.6.3 การวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็นหรือวัดทัศนคติที่แพร่หลายมีอยู่ 4 วิธี ดังนี้ (เพ็ญพร เพชรสุขศิริ, 2531, หน้า 3)

2.6.3.1 วิธีของเทอร์สโตน (Thurstone's Method) เป็นวิธีการสร้างมาตราวัดออกเป็นปริมาตรแล้วเปรียบเทียบตำแหน่งของความคิดเห็น หรือทัศนคติไปทางเดียวกันและเสมือนว่าช่วงที่มีช่วงห่างเท่ากัน

2.6.3.2 วิธีของกัตต์แมน (Guttman's Scale) เป็นวิธีวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นในแนวเดียวกันและสามารถจัดอันดับของทัศนคติสูง-ต่ำ แบบเปรียบเทียบกันและกันได้จากอันดับต่ำสุดถึงสูงสุดและแสดงถึงการสะสมของข้อความความคิดเห็น

2.6.3.3 วิธีการจำแนกแบบเอสดี สเกล (Semantic Differential Scale: S-D Scale) เป็นวิธีการวัดทัศนคติ หรือความคิดเห็นโดยอาศัยคู่คำศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม เช่น ดี-เลว ชัยชนะ-พ่ายแพ้ เป็นต้น

2.6.3.4 วัดแบบลิเคิร์ท (Likert's Method) เป็นวิธีสร้างมาตราวัดทัศนคติที่นิยมแพร่หลาย เพราะเป็นวิธีสร้างมาตรวัดที่ง่าย ประหยัดเวลา ผู้ตอบสามารถแสดงทัศนคติในทางชอบ ไม่ชอบ โดยยึดอันดับความชอบหรือไม่ชอบซึ่งอาจมีคำตอบให้เลือก 5 หรือ 4 คำตอบ และให้ลงคะแนน 5 4 3 2 1 หรือ +2 +1 0 -1 -2 ตามลำดับ

สรุปได้ว่าการวัดความคิดเห็นมักจะเป็นการถามสิ่งที่เป็นเฉพาะเจาะจง ซึ่งผลที่ออกมาจากการสอบถามความคิดเห็นจะเป็นตัวชี้ความพอใจ ไม่พอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดที่กล่าวมาได้มีการวัดความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ใช้การวัดความคิดเห็นแบบลิเคิร์ต (Likert's Method) โดยมีคำตอบให้เลือก 5 คำตอบ โดยใช้คะแนน 5 4 3 2 1 ตามลำดับ โดยในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยความคิดเห็นของผู้บริโภค หมายถึง ความรู้สึกความเชื่อของผู้บริโภคในการตัดสินใจหรือแสดงออกต่อผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า

2.7 แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดมีประเด็นสำคัญที่จะอธิบายความหมายของส่วนประสมทางการตลาด และองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดที่จะอธิบายดังนี้

2.7.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด คือ ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ ขยายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมไปถึงการจัดจำหน่ายหรือกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามมุ่งให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติการจัดการตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะตอบสนองต่อลูกค้าที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ โดยเครื่องมือเหล่านี้สามารถควบคุมจัดการให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541, หน้า 33; เสรี วงศ์มณฑา, 2542, หน้า 11 ; Kotler. 2003, p. 16; ธนา สวัสดิ์, 2561, หน้า 22)

สรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หลักขององค์กรโดยสามารถควบคุมจัดการให้ลูกค้าเกิดความพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย

2.7.2 องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด

การตลาดเป็นการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.7.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายจะมีตัวตนหรือไม่ก็ตาม ประกอบด้วย สินค้า บริการ และความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ผลิตภัณฑ์จึงมีความหมายที่กว้างครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุगर เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และองอาจ ปะทะวานิช, 2534, หน้า 9-11; นิตยาพร เสมอใจ, 2550, หน้า 23; สุรสิทธิ์ อินตะ, 2551, หน้า 26; ภาวิณี กาญจนภา, 2554, หน้า 13)

2.7.2.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรืออัตราในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ระหว่างกันในตลาด โดยใช้เงินเป็นสื่อกลางซึ่งราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานการตลาดอย่างมาก โดยมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปแบบตัวเงินถือเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคา หาก มีมูลค่าสูงกว่า หรือเหมาะสมกับราคา ลูกค้าจะเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อ การกำหนดราคาถือเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารการตลาดเนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการกำหนดราคาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีระดับราคาที่เป็นที่น่าพอใจขององค์กร คือสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร และเหมาะสมกับระดับความสามารถหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาด ดังนั้นนักการตลาดควรกำหนดราคาบนพื้นฐานความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ โดยพิจารณาถึงความเต็มใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์,

สุกร เสรีรัตน์, ปริณู ลักษิตานนท์ และองอาจ ปะทะวานิช, 2534, หน้า 9-11; ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550, หน้า 23; สุรสิทธิ์ อินตะ, 2551, หน้า 26; ภาวิณี กาญจนภา, 2554, หน้า 13)

2.7.2.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ โดยโครงสร้างช่องทางประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์กรไปยังตลาด ซึ่งสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องกระทำเพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่ลูกค้าที่ถูกต้องและลูกค้าเกิดความพอใจ ดังนั้น การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย โครงสร้างของช่องทาง (สถาบัน และกิจกรรม) ที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาดด้วยการขนส่งสินค้า และการกระจายตัวสินค้า ซึ่งประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า และการบริหารสินค้าคงคลัง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, ปริณู ลักษิตานนท์ และองอาจ ปะทะวานิช, 2534, หน้า 9-11; ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550, หน้า 23; สุรสิทธิ์ อินตะ, 2551, หน้า 26; ภาวิณี กาญจนภา, 2554, หน้า 13)

2.7.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสาร อาจใช้ พนักงานขายทำการขายโดยตรง (Personal Selling) หรือใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Non Personal Selling) ก็ได้ ซึ่งเป็นการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือความคิดให้กับลูกค้า โดยวิธีการติดต่อบอกข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าให้ผู้บริโภคทราบรวมทั้งเป็นกิจกรรมที่ไปกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วยเครื่องมือ ดังนี้ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ซึ่งถือว่าการส่งเสริมการตลาดมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Informing) การจูงใจ (Persuading) หรือมีอิทธิพล (Influencing) ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และย้ำเตือน (Reminding) โดยองค์กรธุรกิจสามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยเลือกใช้เครื่องมือดังกล่าวให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, ปริณู ลักษิตานนท์ และองอาจ ปะทะวานิช,

2534, หน้า 9-11; จัตุยาพร เสมอใจ, 2550, หน้า 23; สุรสิทธิ์ อินตะ, 2551, หน้า 26; ภาวิณี กาญจนภา, 2554, หน้า 13)

สรุปได้ว่าองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวางแผนหรือกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจหรือองค์กร โดยสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมหรือสอดคล้องกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายตามสถานการณ์การแข่งขันได้

ในงานวิจัยนี้ได้มีการใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นสำคัญที่จะอธิบายความหมายของประสิทธิผล ความสำคัญของประสิทธิผล และการวัดประสิทธิผล ดังจะอธิบายต่อไปนี้

3.1 ความหมายของประสิทธิผล

ประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง ความสามารถขององค์การที่จะดำเนินการได้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งการวัดความสามารถขององค์การพิจารณาจากการบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามีประโยชน์และบุคลากรในองค์การมีความพอใจในหน้าที่หรือในงานที่ได้รับมอบหมายจากการทำงานภายใต้แนวทางหรือข้อกำหนดขององค์กรนั้น ๆ มีการทำงานที่ใช้ความสามารถทักษะในการทำงานหรือปฏิบัติงานเพื่อให้การทำงานสำเร็จโดยดูว่าผลงานที่ดำเนินการนั้นเสร็จตามนโยบายหรือแผนงานโครงการโดยต้องบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพซึ่งผลงานที่คาดว่าจะได้รับมาน้อยเพียงใดก็ตามขึ้นอยู่กับนโยบายหรือมุมมองของผู้บริหาร เช่น ยอดขาย ผลกำไร เป็นต้น (ธงชัย สันติวงษ์, 2537, หน้า 22; ถวิล เกื้อกุลวงศ์, 2550, หน้า 247; ปาณิสรา จรัสวิญญู, 2550, หน้า 16; รัตน์ชนก จันยัง, 2556, หน้า 19; สุदारัตน์ ชีรธรรมธาดา, 2557, หน้า 55)

สรุปได้ว่าประสิทธิผล เป็นเครื่องมือหรือตัวบ่งชี้ในการตัดสินใจว่าการบริหารของหน่วยงานหรือองค์การใดองค์การหนึ่งสามารถดำเนินงานจนบรรลุเป้าหมาย

หรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้มากน้อยเพียงใด ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงานช่วยผลักดันให้องค์การมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3.2 ความสำคัญของประสิทธิผล

ประสิทธิผล มีความสำคัญอย่างยิ่งในองค์การทั้งในระดับบุคคลหรือในระดับองค์การ ทุกสาขาวิชามุ่งเน้นเน้นประสิทธิผลเพื่อที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของงานหรือองค์การ โดยการสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายถือเป็นความสามารถของบุคคลในองค์การนั้น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงข้อมูลในด้านต่าง ๆ ขององค์การที่มีประสิทธิผลเนื่องมาจากการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์การที่มีความสามารถทักษะ โดยประสิทธิผลยังแสดงให้เห็นความสำเร็จขององค์การอีกด้วย (ภรณ์ กิริติบุตร, 2529, หน้า 29; อรุณ รักธรรม, 2532, หน้า 166; จันทราณี สงวนนาม, 2557, หน้า 188)

ซึ่งประสิทธิผลมีความสำคัญต่อองค์การเป็นการช่วยตรวจสอบการจัดตั้งองค์การกับวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์การ โดยองค์การย่อมกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายไว้อย่างชัดเจนเพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามที่ได้วางแผนไว้ถ้าผลงานบรรลุตามวัตถุประสงค์แสดงว่าองค์การมีประสิทธิผล ดังนี้ (ภารดี อนันต์นาวิ, 2551, หน้า 204)

3.2.1 ช่วยตรวจสอบวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์การ โดยกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน เพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามความต้องการหรือไม่

3.2.2 ประเมินผลการดำเนินงานกับแผนงานที่กำหนด ซึ่งในแต่ละแผนการดำเนินงานต้องมีการวางแผนกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดสรรทรัพยากรการใช้อำนาจหน้าที่การบริหาร การปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน

3.2.3 ประเมินผลสำเร็จกับวัตถุประสงค์ ทำการเปรียบเทียบผลงานที่ดำเนินการได้ตามแผนงานกับวัตถุประสงค์ขององค์การที่คาดหวังถ้าบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และความคาดหวังขององค์การแสดงว่าองค์การมีประสิทธิผล

สรุปได้ว่าประสิทธิผลมีความสำคัญต่อองค์การช่วยในการตรวจสอบเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่องค์การวางไว้ว่าผลงานนั้นสามารถดำเนินการได้ตามที่องค์การต้องการหรือวางไว้หรือไม่ ซึ่งหากสามารถทำได้แสดงว่าองค์การมีประสิทธิผล ซึ่งช่วยในการขับเคลื่อนระบบบริหารจัดการขององค์การให้ประสบความสำเร็จ

3.3 การวัดประสิทธิผล

การวัดประสิทธิผล เพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จขององค์การเป็นเช่นใด โดยการวัดหรือการประเมินผลงานกับแผนหรือเป้าหมายว่ามีความแตกต่างเพียงใด ซึ่งหากแตกต่างกันน้อยแสดงว่ามีประสิทธิผลมาก ตรงกันข้ามหากแตกต่างกันมากแสดงว่ามีประสิทธิผลน้อยนั่นเอง โดยมีแนวทางในการวัดหรือการประเมิน คือ 1) การบรรลุเป้าหมายจากความสามารถขององค์การที่ได้มาจากการประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้มีคุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดที่มีความเป็นไปได้ตามเป้าหมาย 2) คือใช้แนวความคิดในด้านระบบโดยมีการวิเคราะห์เป้าหมายที่ไม่ให้หยุดนิ่งคงที่ มีการเปลี่ยนแปลงตามเวลาและสภาพ 3) เป็นการเน้นในบทบาทของพฤติกรรมของบุคคลในองค์การที่มีต่อความสำเร็จขององค์การในระยะยาว หรือยอมรับว่าเป้าหมายองค์การสามารถที่บรรลุได้จากพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การ (Steers, 1977, p. 8; ธงชัย สันติวงษ์, 2538, หน้า 28)

ซึ่งมีวิธีที่เกี่ยวกับการวัดประสิทธิผลขององค์กร ออกเป็น 4 วิธี ดังนี้

3.3.1 การวัดประสิทธิผลขององค์การ โดยพิจารณาจากความสามารถขององค์การในการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย (Goal Attainment Approach) ซึ่งวัดได้จาก ความสามารถขององค์การในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเน้นความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายมากกว่าวิธีการปฏิบัติงาน โดยมีประเด็นสำคัญคือเป้าหมายที่กำหนดจะต้องวัดได้ โดยองค์การที่มีประสิทธิผลจึงเป็นองค์กรที่สามารถปฏิบัติได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (พิทยา บวรพัฒนา, 2531, หน้า 184; วันชัย มีชาติ, 2557, หน้า 323-350)

3.3.2 การวัดประสิทธิผลขององค์การโดยใช้ความคิดที่เป็นระบบ (System Approach) และการวัดประสิทธิผลขององค์การจะต้องคำนึงถึง ความสามารถขององค์การในการแสวงหาปัจจัยนำเข้า ความสามารถขององค์การในการแปรสภาพจากปัจจัยนำเข้าแล้วปรับเปลี่ยนให้เป็นปัจจัยนำออก เป็นอย่างดี โดยความสามารถขององค์การที่สามารถอยู่รอดได้ในท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนไป และความสัมพันธ์ขององค์การแบบพึ่งพากันและกันซึ่งถ้าส่วนหนึ่งส่วนใดทำงานได้ไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อส่วนอื่น ๆ ได้ (พิทยา บวรพัฒนา, 2531, หน้า 184; วันชัย มีชาติ, 2557, หน้า 323-350)

3.3.3 การวัดประสิทธิผลขององค์การ โดยดูได้จากการที่องค์การมีความสามารถชนะใจผู้มีอิทธิพล (Strategic-Constituencies Approach) คือ องค์การต้องมีสายตาแหลม

คมสามารถมองได้ว่าบุคคลและกลุ่มผลประโยชน์ใดในสภาพแวดล้อมที่มีความสำคัญต่อองค์การ อีกทั้งองค์การก็ต้องสามารถสนใจบุคคลกลุ่มผลประโยชน์ทั้งหลายนั้นเพื่อไม่ให้มาขัดขวางการปฏิบัติงานขององค์การ (พิทยา บวรพัฒนา, 2531, หน้า 184) ซึ่งคล้ายคลึงกับการวัดประสิทธิผลองค์กรจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การ (Stakeholders Approach) เป็นแนวคิดที่องค์การต้องปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ภายใต้กลุ่มผลประโยชน์หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การซึ่งกลุ่มเหล่านี้มีความต้องการต่อองค์การแตกต่างกันไปการตัดสินใจขององค์การจึงมุ่งให้เกิดผลประโยชน์กับทุกฝ่ายซึ่งอาจไม่ใช้การตัดสินใจที่ดีที่สุด (วันชัย มีชาติ, 2557, หน้า 323-350)

3.3.4 การวัดประสิทธิผลองค์กรจากการแข่งขันกันของค่านิยม (Competing-values Approach) เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าการเป็นองค์การที่ดี มีการตัดสินใจหรือมุมมองของแต่ละคนที่มีความเชื่อ ค่านิยม และผลประโยชน์ที่แตกต่างกันโดยแต่ละคนให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ที่ไม่เหมือนกัน เกณฑ์ที่จะมาใช้วัดประสิทธิผลขององค์การจึงต้องขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นมีตำแหน่งอะไร มีผลประโยชน์อย่างไร เมื่อเป็นเช่นนี้การวัดประสิทธิผลขององค์การจึงต้องมีการ พิจารณาในค่านิยมต่าง ๆ ของผู้ประเมินองค์การเองว่าจะใช้เกณฑ์วัดประสิทธิผลองค์กรแบบใด (พิทยา บวรพัฒนา, 2531, หน้า 184; วันชัย มีชาติ, 2557, หน้า 323-350)

นอกจากนี้มีการวัดหรือการประเมินประสิทธิผล แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (Seldin, 1988, p. 24)

3.3.5 การวัดประสิทธิผลขององค์การโดยใช้ตัวบ่งชี้เดี่ยว (Single criterion measures of effectiveness) เป็นการพิจารณาว่าองค์การจะมีประสิทธิผลหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับผลที่ได้รับว่าบรรลุเป้าหมายขององค์การหรือไม่หรือการใช้เป้าหมายขององค์การเป็นเกณฑ์ซึ่งเป็นการใช้หลักการอันใดอันหนึ่งในการ ประเมินผลขององค์การเป็นเกณฑ์ซึ่งเป็นการใช้หลักเกณฑ์อันใดอันหนึ่งในการประเมินประสิทธิผลขององค์การ เช่น วัดจากความสามารถในการผลิต วัดจากผลกำไร ความพึงพอใจ ฯลฯ

3.3.6 การประเมินประสิทธิผลในแง่ของระบบทรัพยากร (The system resource model of organization effectiveness) เป็นการประเมินโดยพิจารณาความสามารถขององค์การในแสวงหาประโยชน์ จากสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่ต้องการ อันจะทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งเป็นการเน้น ที่ปัจจัยตัวป้อนเข้า (Input) มากกว่าผลผลิต (Output) ซึ่งในการพัฒนา (Development) องค์การมีประสิทธิผลจะสามารถ

เพิ่มพูนศักยภาพและความสามารถขององค์กรให้เจริญก้าวหน้าตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ซึ่งจะมีการพิจารณาความสามารถขององค์กรในการแสวงหา ปัจจัยนำเข้า ความสามารถขององค์กร ในการแปรสภาพจากปัจจัยนำเข้าแล้วปรับเปลี่ยนให้เป็นปัจจัยนำออก ความสามารถขององค์กรที่สามารถอยู่รอดได้ในท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ขององค์กรแบบพึ่งพากันและกัน ถ้าส่วนหนึ่งส่วนใดทำงานได้ไม่ดี ก็ส่งผลกระทบต่อส่วนอื่น ๆ ได้

3.3.7 ประเมินประสิทธิผลโดยหลายเกณฑ์ (The multiple criteria of effectiveness) เป็นการวิเคราะห์ประสิทธิผลขององค์กรโดยใช้เกณฑ์หลายอย่างในการวัดประเมินผล เช่นความสามารถในการปรับตัว (Adaptiveness) องค์กรจะมีประสิทธิผล ถ้าองค์กรมีกลไกที่สามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินงานสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งพิจารณาจากตัวแปรที่อาจมีผลต่อความสำเร็จขององค์กร เกณฑ์ที่จะมาใช้วัดประสิทธิผลขององค์กรจึงต้องขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นมี ตำแหน่งอะไร มีผลประโยชน์อย่างไร เมื่อเป็นเช่นนี้การวัดประสิทธิผลขององค์กร จึงต้องมีการพิจารณาในค่านิยมต่าง ๆ ของผู้ประเมินองค์กรเองว่าจะใช้เกณฑ์วัดประสิทธิผลขององค์กรแบบใด

สรุปได้ว่าในการวัดประสิทธิผลขององค์กร มีการวัดหลายวิธีหลายรูปแบบ เพื่อมุ่งประเมินหรือวัดประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งองค์กรที่มีประสิทธิผลจึงเป็นองค์กรที่สามารถปฏิบัติได้ตามเป้าหรือเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้

ในงานวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดในการประเมินประสิทธิผลโดยใช้ตัวบ่งชี้เดียวโดยการวัดประสิทธิผลธุรกิจหมากเฒ่าในด้าน ปริมาณผลผลิต คุณภาพของผลผลิต ยอดขาย และกำไร จากการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าในด้านการปลูก การแปรรูป และการจัดจำหน่ายผลผลิต โดยได้นำแนวคิดเรื่องประสิทธิผลดังกล่าวมากำหนดตัวแปรตามในการวิจัยโดยกำหนดประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร หมายถึง ผลที่ได้รับจากการปฏิบัติของระบบธุรกิจหมากเฒ่าได้แก่ ปริมาณและคุณภาพของผลผลิต รวมถึงยอดขายและกำไรจากการจำหน่ายผลผลิตหมากเฒ่า ประกอบด้วย

- 1) ปริมาณผลผลิต หมายถึง จำนวนของผลหมากเฒ่า กิ่งพันธุ์ หรือผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าที่ผลิตได้
- 2) คุณภาพของผลผลิต หมายถึง คุณลักษณะ ขนาด รสชาติ ของผลหมากเฒ่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า รวมถึงคุณลักษณะที่ดีของกิ่งพันธุ์หมากเฒ่า

3) ยอดขาย หมายถึง รายรับที่ได้มาจากการขายผลหมากเฒ่า กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า และ/หรือ ผลิตภัณฑ์หมากเฒ่า

4) กำไร หมายถึง รายรับหักด้วยรายจ่ายของธุรกิจหมากเฒ่า

4. บริบทของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย การใช้ประโยชน์หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร การก่อตัวการพัฒนาหมากเฒ่าในระยะเริ่มต้น พัฒนาการของธุรกิจหมากเฒ่า สายพันธุ์หมากเฒ่าเชิงการค้า สภาพทั่วไปด้านการผลิตและการตลาดของธุรกิจหมากเฒ่า ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การใช้ประโยชน์จากหมากเฒ่า

หมากเฒ่า หรือ มะเฒ่า หรือเฒ่า เป็นพืชในสกุล (Genus) Antidesma เป็นไม้ผลท้องถิ่นที่พบมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบมากในจังหวัดสกลนคร โดยมีต้นหมากเฒ่าขึ้นเองตามธรรมชาติ และมีการปลูกสร้างสวนเฒ่า ตลอดจนมีการรวมตัวเป็นเกษตรแปลงใหญ่ รวมถึงการปลูกรูปแบบวนเกษตร ปลูกแซมตามบ้านเรือนที่อยู่อาศัยในชุมชน หมากเฒ่าพบมากอยู่ในหลายอำเภอ เช่น อำเภอภูพาน อำเภอกุศบาก อำเภอพรรณานิคม อำเภอสว่างแดนดิน เป็นต้น อีกทั้งผลหมากเฒ่ายังเป็นรายได้เสริมให้กับเกษตรกรนอกจากการบริโภค และได้มีการแปรรูปเป็นน้ำผลไม้และไวน์มากกว่า 30 ปี ผลหมากเฒ่า และน้ำหมากเฒ่าสกลนครได้มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) เนื่องจากหมากเฒ่าเป็นผลไม้ที่มีคุณค่าทางโภชนาการผลของหมากเฒ่ามีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายหลายชนิด เช่น มีกรดอะมิโนที่ร่างกายต้องการมากถึง 18 ชนิดจากทั้งหมด 20 ชนิด นอกจากนี้ยังมีแคลเซียม เหล็ก สังกะสี และ วิตามินต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระได้เป็นอย่างดี ซึ่งผลของหมากเฒ่าสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำผลไม้และไวน์ แยม ขนมขบเคี้ยว ไอศกรีม คุกกี้ ชา เป็นต้น

หมากเฒ่าเดิมเป็นเพียงไม้ผลพื้นบ้านที่มีการบริโภคเป็นอาหารง่าย ๆ โดยการตำให้ลูกหมากเฒ่าแหลกใส่พริกใส่ปลาร้าปรุงรส หรือเรียกว่าตำหมากเฒ่า หรือกินผลสดกับพริกเกลือ เป็นต้น เมื่อมีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง

ๆ เพิ่มมูลค่าให้กับหมากเฒ่า เป็นเครื่องดื่มนิตต่าง ๆ จากคณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ถือได้ว่าการให้ความรู้ด้านคุณค่าทางโภชนาการและการนำผลหมากเฒ่าที่มีอยู่ในธรรมชาติมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้กับหมากเฒ่าอีกทางหนึ่งทำให้มีความต้องการมากขึ้น ส่งผลให้ราคาของหมากเฒ่าสูงขึ้น จากเดิมที่เคยปล่อยทิ้งขว้างหรือเพื่อจำหน่ายเพื่อกินผลสดราคาประมาณกิโลกรัมละ 10-20 บาท แต่ในปัจจุบันราคาสูงขึ้นถึงกิโลกรัมละ 40-80 บาท ขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลสุกของหมากเฒ่า ซึ่งอนาคตมีแนวโน้มที่จะใช้หมากเฒ่าเป็นแหล่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมากยิ่งขึ้น (ศุภชัย สมบัติโต, 2554, หน้า 5)

การใช้ประโยชน์ของหมากเฒ่า มีดังนี้

4.1.1 ปลุกหมากเฒ่าเพื่อให้ร่มเงา และปลูกเป็นไม้ประดับบ้านพักอาศัย

4.1.2 การบริโภคผลสดในครัวเรือน โดยมีการบริโภคตั้งแต่ผลแดงจนถึงผลสุกดำ หากมีผลหมากเฒ่าปริมาณมากก็จำหน่ายภายในชุมชนหรือมีพ่อค้าคนกลางมารวบรวมรับซื้อ

4.1.3 การจำหน่ายเชิงการค้าเพื่อนำผลสดป้อนให้กับทางโรงงานนำไปแปรรูปต่อเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น น้ำหมากเฒ่า ไวน์หมากเฒ่า รวมถึงผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ

4.1.4 ปลุกเพื่อเตรียมเป็นต้นตอจากเมล็ด เพื่อขยายพันธุ์เป็นกิ่งพันธุ์ดีโดยใช้วิธีขยายพันธุ์ เช่น การเสียบยอด การทาบกิ่ง

4.1.5 ปลุกเพื่อใช้ประโยชน์ใช้เป็นยาสมุนไพร เช่น ใช้ใบมาอังไฟเพื่อประคบแก้ฟกช้ำดำเขียวได้ และใช้ส่วนต่าง ๆ ของหมากเฒ่า เช่น กิ่งก้าน เปลือก มาทำลูกประคบหรือครีมนวดแก้ปวดเมื่อยร่างกาย

สรุปได้ว่าการใช้ประโยชน์จากหมากเฒ่า เริ่มจากการวิจัยและการพัฒนาแปรรูปผลหมากเฒ่าเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดการมูลค่าเพิ่ม ส่งผลให้หมากเฒ่าเป็นที่ต้องการมีมูลค่าเป็นที่ต้องการของตลาด อันนำไปสู่การใช้ประโยชน์เกือบทุกส่วนของหมากเฒ่าเอง

4.2. ความเป็นมาการพัฒนาหมากเฒ่าในระยะเริ่มต้น

จากการที่สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (ปัจจุบันคือคณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร) เข้าร่วมโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช ในพระราชดำริสมเด็จพระเทพ

รัตนราชสุตา ที่มงานสาขาวิชาพืชศาสตร์ด้วยความสนับสนุนของ ผศ.อร่าม คุ่มกลาง ผู้อำนวยการสถาบันฯ ได้สำรวจพืชท้องถิ่นในจังหวัดสกลนคร โดยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายอินแปลงในการให้คำแนะนำและร่วมศึกษาพรรณไม้ท้องถิ่นในจังหวัดสกลนคร และพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งได้รับคำแนะนำว่าจังหวัดสกลนครมีไม้ผลพื้นเมืองที่น่าสนใจอยู่หลายชนิดที่ควรจะมีการนำมาพัฒนาเพื่อการอนุรักษ์ที่ยั่งยืนต่อไป เช่น หมากเฒ่า ตะคร้อ และมะแงว จากการสำรวจ และรวบรวมพรรณพืชเพื่อการอนุรักษ์ดังกล่าวที่มงานได้พบไม้ผลขนาดใหญ่อายุกว่าร้อยปีกำลังออกผลแดงเต็มต้นสวยงามสะดุดตา และมีรสชาติหวานอมเปรี้ยว จากการสอบถามทราบว่าเป็นต้นหมากเฒ่าและเจ้าของไม้ผลต้นสวยต้นนี้คือ พ่อต้อ บาลลา จึงได้ขานนามหมากเฒ่าต้นนั้นว่าต้นพ่อต้อจนถึงปัจจุบัน จากจุดเริ่มต้นนั้น สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนครจึงได้เริ่มศึกษาวิจัยเกี่ยวกับไม้ผลชนิดนี้ โดยผลงานชิ้นแรกที่เผยแพร่ในการประชุมวิชาการสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลปี พ.ศ. 2539 คือผลงานของนางสาวสาทิสรัตน์ เที่ยงแก้ว (นางสุภากาญจน์ พรหมขันธุ์) ได้พัฒนาเครื่องตีผลไม้ผสมจากผลหมากเฒ่า (สุตารัตน์ ลกุลสุข, สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2565) พบว่าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไปเป็นอย่างดี จึงได้มีการส่งตัวอย่างผลหมากเฒ่าไปวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ ด้วยความอนุเคราะห์จากโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พบว่าผลหมากเฒ่าสุกมีคุณค่าของสารอาหารที่จำเป็นต่อความต้องการของร่างกายมนุษย์หลายชนิด จึงได้จัดการฝึกอบรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการทำเครื่องตีผลไม้ผสมจากผลหมากเฒ่าให้กับสมาชิกเครือข่ายอินแปลง และผู้สนใจ ซึ่งก็ประสบความสำเร็จด้วยดีเพราะเป็นเทคโนโลยีที่ชุมชนสามารถเข้าถึงได้ไม่ต้องใช้เครื่องมือที่มีราคาแพง ซึ่งเครือข่ายอินแปลงเป็นกำลังสำคัญในการถ่ายทอดเทคโนโลยีดังกล่าวสู่เครือข่ายอินแปลงในเขตพื้นที่รอบภูพานต่อไปรวมถึงสหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้าง ต่อจากนั้นสถาบันฯ ก็ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลไม้ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องคือ น้ำตะคร้อ น้ำคองแลน (มะแงว) ไวน์หมากเฒ่า แยมหมากเฒ่า น้ำหมากเฒ่าพร้อมดื่ม น้ำหมากเฒ่าผสมมะม่วง น้ำหมากเฒ่าผสมลำไย และน้ำหมากเฒ่าผสมสับปะรด หมากเฒ่ากวน และลูกอมหมากเฒ่า แล้วจัดการฝึกอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนอย่างต่อเนื่องจึงเกิดธุรกิจการแปรรูปน้ำผลไม้ขึ้นแต่ยังไม่กว้างขวางนักแต่ในกลุ่มอินแปลงก็ได้มีการปลูก และอนุรักษ์ไม้ผลพื้นบ้าน และการแปรรูปน้ำผลไม้เพื่อการจำหน่าย และบริโภคในเครือข่ายซึ่งเป็นแนวคิดหลักของเครือข่ายอินแปลง แต่ยังไม่มียอดต่อชุมชนทั่วไปในวงกว้าง เพราะยังมีการตัดฟันต้นหมากเฒ่ามาใช้เป็นเชื้อเพลิง

ในช่วง ปี พ.ศ. 2540–2541 (สุภารัตน์ สกุลคุ, สุธีธร นามวงศ์ และกรรณิการ์ สมบุญ, 2552, หน้า 51)

นอกจากการศึกษาวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และการถ่ายทอดเทคโนโลยีแล้ว สถาบันวิจัยฯ ยังได้ประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการตลาดด้วยแนวคิดว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะถือว่าประสบความสำเร็จได้ต้องเกิดธุรกิจชุมชนจากผลการวิจัยนั้น การสร้างตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มากมายเริ่มจากความร่วมมืออย่างเข้มแข็งและเต็มใจจากสมาชิกในหน่วยงานด้วยความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่หน่วยงานพัฒนาขึ้น สมาชิกทุกคนจึงภูมิใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นของฝากของกำนัลให้แก่ผู้ที่ตนนับถือ และญาติมิตร ในโอกาสต่าง ๆ และจัดเป็นของที่ระลึกสำหรับแขกผู้มีเกียรติที่มาเยือนหน่วยงานทุกครั้ง ยิ่งไปกว่านั้น สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ได้จัดงานแสดงผลงานวิจัยสร้างสรรค์และใช้ผลิตภัณฑ์มากมายเป็นของที่ระลึกและของขวัญให้กับผู้มีเกียรติในวาระต่าง ๆ อีกด้วยทำให้ผลิตภัณฑ์มากมายกลายเป็นที่รู้จัก ธุรกิจมากมายก็ได้เริ่มต้นขึ้นมา (สุภารัตน์ สกุลคุ, สุธีธร นามวงศ์ และกรรณิการ์ สมบุญ, 2552, หน้า 52)

สรุปได้ว่าความเป็นมาการพัฒนามากมายในระยะเริ่มต้น เป็นการใช้ประโยชน์มากมายในพื้นที่จังหวัดสกลนครในพื้นที่อำเภอที่มีวัตถุดิบมากมายอุดมสมบูรณ์โดยมีการใช้ประโยชน์แปรรูปแบบง่าย ๆ ในชุมชน เป็นผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้บริโภคและจำหน่ายในชุมชน

4.3 การก่อตั้งและการพัฒนาการของธุรกิจมากมาย

จากการเริ่มต้นพัฒนาผลิตภัณฑ์มากมายโดยสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร ในปี พ.ศ. 2538 และถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ด้วยความร่วมมือของเครือข่ายอินแปงจนเกิดธุรกิจมากมายขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2540–2541 ต่อมาเมื่อรัฐบาลมีนโยบายเปิดเสรีการทำสุราแช่ ประกอบกับสถาบันวิจัยฯ ได้รับรางวัลสิ่งประดิษฐ์คิดค้นในระดับนานาชาติ ได้รับเหรียญบรอนซ์ในงาน BRUSSEL EUREKA 2001 ณ กรุงบรัสเซลส์ ราชอาณาจักรเบลเยียม (วินัย แสงแก้ว, สัมภาษณ์, 21 สิงหาคม 2565) ทำให้ไวน์มากมายสกลนครได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางเกิดผู้ประกอบการรายย่อยผลิตไวน์มากมายเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผลมากมายสดมีราคาสูงขึ้นจึงมีการปลูกสร้างสวนมากมาย เกิดธุรกิจต่อเนื่องจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์มากมาย คือ ธุรกิจรวบรวมผล

หมากเฒ่าจำหน่าย ผู้จำหน่ายต้นพันธุ์หมากเฒ่า และมีผู้ฉวยโอกาสในการจำหน่ายต้นพันธุ์หมากเฒ่าที่ไม่ได้คัดพันธุ์ด้วย ดังนั้นเพื่อเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ และการสื่อสารระหว่างนักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจหมากเฒ่า ซึ่งเกิดจากผลความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจหมากเฒ่าดังกล่าวรวมถึงเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของจังหวัดสกลนคร สถาบันวิจัยฯ จึงได้จัดงานวันหมากเฒ่าสกลนครขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2545 ด้วยงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีซึ่งเป็นภารกิจหลักของสถาบันฯ โดยได้จัดให้มีการเสวนาเพื่อรวบรวมองค์ความรู้ในเรื่องของหมากเฒ่าสกลนคร เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจหมากเฒ่าสกลนคร จากผลการประชุมเสวนาดังกล่าวได้ข้อสรุปที่เป็นปณิธานร่วมกันคือ

4.3.1 พัฒนาให้หมากเฒ่าเป็นสัญลักษณ์ ของจังหวัดสกลนคร

4.3.2 ส่งเสริมให้น้ำผลไม้พื้นเมืองเป็นเครื่องดื่มสุขภาพแทนที่เครื่องดื่มที่ประกอบด้วย น้ำตาล สีสผสมอาหาร และแต่งกลิ่นสังเคราะห์ที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ และยังทำให้เงินไทยไหลออกนอกประเทศ

4.3.3 อนุรักษ์ และพัฒนาหมากเฒ่าให้มีความยั่งยืน

งานดังกล่าวได้จัดให้มีการประกวดพันธุ์หมากเฒ่าด้วยการรวบรวม และอนุรักษ์สายพันธุ์หมากเฒ่า รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปรับทราบถึงลักษณะหมากเฒ่าพันธุ์ดี ทำให้สามารถตัดสินใจเลือกซื้อต้นพันธุ์หมากเฒ่าที่ดีได้ไม่ผิดพลาด มีผลทำให้เกิดธุรกิจขายหมากเฒ่าพันธุ์ดีที่ขยายตัวขึ้น โดยกลุ่มหมากเฒ่าภูซางสร้างรายได้สร้างรายได้และชื่อเสียงจากการขายต้นพันธุ์หมากเฒ่า รวมถึงผู้รวบรวมผลหมากเฒ่าที่ร่วมส่งผลหมากเฒ่าเข้าประกวดจากที่เป็นผู้รู้จักแหล่งหมากเฒ่าพันธุ์ดีก็มีรายได้จากการขายต้นพันธุ์ และการขายยอดพันธุ์ดีด้วย รวมถึงจัดให้มีการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าของกลุ่มผู้ผลิตต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และเพิ่มช่องทางการตลาดให้ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าอีกด้วย (สุดารัตน์ สกุลคุ และคณะ, 2552, หน้า 68-69) จนได้มีการก่อตั้ง ชมรมผู้ประกอบการแปรรูปเครื่องดื่มสกลนคร เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2547 ภายใต้การดำเนินโครงการตรวจเยี่ยมให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดสกลนครของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน และต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นชมรมหมากเฒ่า
สกลนคร

ต่อมาได้มีการจัดงานวันเทศกาลหมากเฒ่าประจำปีอย่างต่อเนื่องจนถึงปี
พ.ศ. 2552 รวมระยะเวลา 8 ปี ที่ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมโดยใช้งบประมาณการบริการ
ทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร โดยมี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานเป็นหน่วยงานหลักร่วมกับชมรมหมากเฒ่าสกลนคร
ซึ่งได้รับความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาในจังหวัดสกลนคร และหน่วยงานภาคีต่าง ๆ
จนในปี พ.ศ. 2552 องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครที่ได้สนับสนุนงบประมาณร่วมจัด
กิจกรรมงานวันเทศกาลหมากเฒ่ากับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขต
สกลนคร โดยจัดงานที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ซึ่งเป็นการจัดงานวันเทศกาลหมากเฒ่า
ครั้งสุดท้ายที่อำเภอเมือง จังหวัดสกลนครและเป็นจุดเริ่มต้นในการจัดงานกิจกรรมชิมไวน์
หมากเฒ่าเพื่อประชาสัมพันธ์ของดีของจังหวัดสกลนครที่ทางสำนักงานประชาสัมพันธ์
จังหวัดสกลนครได้ให้การสนับสนุนร่วมดำเนินการขึ้นในงาน “ตุ้มผ้าคราม จิบไวน์เฒ่า กิน
ข้าวฮาง ย่างเนื้อโพนย่างคำ” (สุภารัตน์ สกุลคู, สัมภาษณ์, 20 กันยายน 2565) โดยได้รับความ
ร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการจัดงานครั้งนี้ ซึ่งถือเป็นการส่งเสริม
การตลาดให้สังคมภายนอกได้รู้จักหมากเฒ่ามากยิ่งขึ้นอีกทาง และในปี พ.ศ. 2553 ทาง
ชมรมหมากเฒ่าสกลนครได้เริ่มต้นในการจัดกิจกรรมเทศกาลหมากเฒ่าขึ้นที่อำเภอภูพาน
จังหวัดสกลนครโดยใช้งบประมาณและความร่วมมือกันของชมรมหมากเฒ่าสกลนครเอง
ภายใต้การสนับสนุนจากทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
และทางอำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร ได้มีการจัดงานเทศกาลหมากเฒ่าร่วมกับเทศกาล
ของดีภูพาน ที่อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร จนถึงปี พ.ศ. 2556 รวมระยะเวลา 4 ปี
ซึ่งถือว่าการจัดกิจกรรมเทศกาลหมากเฒ่าสกลนครที่สืบต่อเนื่องมาจากอำเภอเมือง
จังหวัดสกลนครถึงอำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร ถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง
สม่ำเสมอที่ส่งผลให้สังคมภายในและภายนอกจังหวัดสกลนครได้รู้จักหมากเฒ่าและ
ผลิตภัณฑ์แปรรูปของจังหวัดสกลนครมากยิ่งขึ้น จนได้เกิดจุดเปลี่ยนของพัฒนาธุรกิจ
หมากเฒ่าเมื่อมีนักธุรกิจในระดับประเทศ คุณศิริวัฒน์ วรเวทวุฒิคุณ หรือ “ศิริวัฒน์
แซนด์วิช” ได้เข้ามาพบหมากเฒ่าและได้ร่วมมือกับผู้ประกอบการแปรรูปหมากเฒ่าใน
จังหวัดสกลนครผลิตน้ำหมากเฒ่าเพื่อจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำยังทำให้น้ำหมาก
เฒ่าของจังหวัดสกลนครเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น และปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมาทาง

ชมรมหมากเฒ่าสกลนครได้เข้ามาร่วมจัดกิจกรรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในงานเกษตรและเทคโนโลยีพื้นบ้านอีสานประจำปี ของคณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร จนถึงปัจจุบันควบคู่กับการพัฒนาสินค้าของสมาชิกชมรมหมากเฒ่าสกลนครให้มีการพัฒนาตอบสนองความต้องการของตลาดประกอบกับนโยบายของภาครัฐที่มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องให้มีการจำหน่ายสินค้าชุมชน OTOP โดยมีการจำหน่ายสินค้าที่ศูนย์แสดงสินค้าเมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร รวมถึงบริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหารจำกัด โรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปฯ ได้นำผลหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ของทางโรงงานหลวงสำเร็จรูปฯ ด้วยอีกทางจึงส่งผลดีกับเกษตรกรที่มีแหล่งรับซื้อผลหมากเฒ่าเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าเพิ่มมากขึ้นโดยชมรมหมากเฒ่าสกลนครและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2558 ชุมชมหมากเฒ่าได้รับการตอบสนองจากตลาดเป็นอย่างดีจากกระแสความต้องการของตลาดที่เติบโตเต็มที่ทำให้วัตถุดิบหมากเฒ่าไม่เพียงพอต่อความต้องการในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำผลไม้และไวน์ ประกอบกับน้ำหมากเฒ่าสกลนคร ได้รับการประกาศจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2557 และได้มีการประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผลหมากเฒ่าสกลนคร ในวันที่ 11 มีนาคม 2558 ที่ได้มีการขึ้นทะเบียน เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2549 ทั้งตัวผลิตภัณฑ์น้ำหมากเฒ่า และ ผลหมากเฒ่า จึงทำให้มีการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของจังหวัดสกลนครอย่างมาก โดยน้ำหมากเฒ่าและไวน์หมากเฒ่าซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดสกลนคร มียอดขายจำหน่ายมากอยู่ใน 5 ลำดับแรกของผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีข้อมูลการจำหน่ายดังนี้

ตาราง 1 แสดงข้อมูลการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP น้ำหมากเฒ่า (หน่วย:บาท)

ผลิตภัณฑ์ OTOP	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
น้ำหมากเฒ่า	49,593,357	55,220,675	114,830,832	104,787,013

ที่มา : สำนักงานจังหวัดสกลนคร (ณ วันที่ 20 เมษายน 2564)

จากการได้รับการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ส่งผลให้ธุรกิจหมากเฒ่าเจริญเติบโตเต็มที่ทำให้ผู้ประกอบการแปรรูปสามารถขยายกำลังการผลิตและปรับปรุงสถานที่การจัดจำหน่ายเพื่อรองรับการตลาดจนมีการยกระดับองค์กรชมรมหมากเฒ่าสกลนครเป็นสมาคมหมากเฒ่าสกลนครขึ้นในปี พ.ศ. 2560 โดยสมาคมหมากเฒ่าสกลนครได้ดำเนินการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าร่วมกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2561 เกิดปรากฏการณ์หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครไม่ติดผลผลิต เนื่องจากสภาพภูมิอากาศแปรปรวน ทำให้ฝนไม่ตกตามฤดูกาลซึ่งปกติหมากเฒ่าจะออกดอกออกผล ช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม แต่พบว่าหมากเฒ่าหล่นทั้งลูกและหล่นเป็นพวง ซึ่งเสียหายมากกว่าทุก ๆ ปีที่ผ่านมา (สุดารัตน์ สกุลคุ, 2561, หน้า 23) ทำให้ไม่ได้ผลผลิตหมากเฒ่าตามเป้าหมาย จนในปี พ.ศ. 2562 คุณศิริวัฒน์ วรเวทวุฒิคุณ “ศิริวัฒน์แซนด์วิช” ได้หยุดความร่วมมือในการผลิตน้ำหมากเฒ่าร่วมกับผู้ประกอบการแปรรูปในจังหวัดสกลนคร เนื่องจากประสบปัญหาด้านต้นทุนในการจัดการจัดจำหน่าย และในปี พ.ศ. 2563 – พ.ศ. 2565 ได้เกิดปรากฏการณ์โรคระบาดโควิด 19 ทำให้กำลังซื้อในการบริโภคลดน้อยลง อีกทั้งหมากเฒ่าไม่ติดผลผลิตตามเป้าหมายจึงเป็นเหตุทำให้เกษตรกรเลิกทำการปลูกหมากเฒ่าส่งผลให้สมาชิกที่ปลูกหมากเฒ่าเป็นสวนลดจำนวนน้อยลงไป ทางสมาคมหมากเฒ่าสกลนครจึงได้ปรับรูปแบบการช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกโรงงานแปรรูปโดยส่งเสริมให้มุ่งเน้นการผลิตไวน์หมากเฒ่าที่มีคุณภาพสูง เพื่อปรับเปลี่ยนตลาดให้มีความเฉพาะโดยเน้นให้ผู้บริโภครับรู้เรื่องคุณค่าของหมากเฒ่า ซึ่งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อเพื่อที่จะสามารถจำหน่ายสินค้าได้ราคาสูงมากขึ้นและส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตการปลูกหมากเฒ่าพันธุ์ดีให้กับเกษตรกรเป็นต้นแบบในการปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่าต่อไป โดยใช้งบประมาณของผู้ประกอบการเองในสมาคมหมากเฒ่าสกลนครภายใต้การสนับสนุนด้านวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครที่ได้ส่งบุคลากรร่วมเป็นที่ปรึกษาสนับสนุนการทำงานของสมาคมหมากเฒ่าสกลนครให้ดำเนินงานไปอย่างต่อเนื่อง (คนพ วรณวงศ์, สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2565)

สรุปได้ว่าธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยเริ่มต้นจากการวิจัยและพัฒนาสู่ธุรกิจชุมชน โดยใช้การขับเคลื่อนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครที่ได้มีการรวมตัวกันเป็นชมรมหมากเฒ่าสกลนครในยุคเริ่มต้นซึ่งต่อมาได้ยกระดับองค์กรเป็นสมาคมหมากเฒ่าสกลนครทำงาน

ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาคีโดยมีสถาบันการศึกษาร่วมเป็นที่ปรึกษาให้การสนับสนุนกิจกรรมของสมาคมหมากเฒ่าสกลนครซึ่งมีภารกิจในการพัฒนาหมากเฒ่าให้ดำรงอยู่อย่างมั่นคงและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลต่อไป

4.4 สภาพทั่วไปด้านการผลิตและการตลาดของธุรกิจหมากเฒ่า

ในเรื่องสภาพทั่วไปด้านการผลิตและการตลาดของธุรกิจหมากเฒ่า ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นสำคัญที่จะอธิบาย ด้านการผลิตที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า และด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า ดังนี้

4.4.1 ด้านการผลิตที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า

สภาพทั่วไปในด้านการปลูกและผลผลิตของหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครมีหมากเฒ่าที่มีอยู่เดิมตามธรรมชาติ และมีการปลูกเป็นสวน หรือปลูกหมากเฒ่าแซมกับพืชชนิดอื่น โดยมีการปลูกหมากเฒ่าในบริเวณพื้นที่ที่อยู่อาศัยหัวไร่ปลายนาเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน ซึ่งการปลูกหมากเฒ่าเป็นสวนวิธีการปลูกที่ให้ผลผลิตจะต้องมีระยะปลูกที่เหมาะสม คือระยะระหว่างต้น 8 เมตร ระหว่างแถว 8 เมตร เพื่อรองรับการขยายกิ่งทรงพุ่มของต้นหมากเฒ่าในสภาพธรรมชาติหมากเฒ่าเป็นพืชป่าที่เกิดแซมกับพืชชนิดอื่น ๆ การปลูกแซมในระยะแรกจะให้ผลดีเพราะหมากเฒ่าที่ปลูกโดยมีร่มเงาจะเจริญเติบโตดีกว่าหมากเฒ่าที่ปลูกกลางแจ้ง (สุตารัตน์ สกุลคุ, 2555, หน้า 16) ซึ่งการปลูกส่วนใหญ่จะใช้กิ่งพันธุ์ดีจากการทาบกิ่ง เลียบยอด หรือกิ่งตอน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดี ต้นทุนการปลูกส่วนใหญ่ของเกษตรกรจะเป็นค่าเตรียมพื้นที่ ค่ากิ่งพันธุ์ ค่าปุ๋ย และค่าแรงในการเก็บเกี่ยวผลผลิตและดูแลรักษา ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,200–5,000 บาทต่อไร่ ส่วนใหญ่เป็นค่าเตรียมพื้นที่และกิ่งพันธุ์ เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกเป็นสวนขนาดเล็กเก็บผลผลิตสดขายเอง ในช่วงเดือนกรกฎาคม–สิงหาคม โดยมีแหล่งรับซื้อตามโรงงานในพื้นที่ใกล้เคียงที่ปลูก โดยขายผลหมากเฒ่าในราคาตั้งแต่ 35–50 บาทตามคุณภาพของผลผลิต เกษตรกรที่ปลูกปริมาณมากจะมีโรงงานแปรรูปเป็นของตัวเอง (ศิริรัตน์ เกื้อนสมบัติ, 2558, หน้า 46–47) โดยการปลูกหมากเฒ่าอายุ 5 ปีขึ้นไปให้ผลผลิต เฉลี่ย 50 กิโลกรัมต่อต้น หรือไร่ละ 40,000–50,000 บาท โดยต้องระวังโรคและแมลงศัตรูหมากเฒ่า ที่จะทำให้นต้นหมากเฒ่าตายในระยะ 2–3 ปีแรก เนื่องจากต้นหมากเฒ่ามีขนาดเล็กไม่แข็งแรง (คนพ วรณวงศ์, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2566)

การปลูกหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครได้มีการรวบรวมและคัดเลือกสายพันธุ์มาอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาสำรวจรวบรวมจากหน่วยงานทางวิชาการต่าง ๆ ร่วมกับปราชญ์ชุมชนในพื้นที่ โดยมีการโดยบันทึกลักษณะทางกายภาพและคุณภาพผลมะเฒ่า ตามแบบบันทึก เช่น ความกว้างใบ ความยาวใบ ความยาวช่อผล จำนวนผลต่อช่อน้ำหนักผล สัดส่วนการสุกช่อผล ปริมาณน้ำคั้น ปริมาณกรด และความหวาน เป็นต้น ซึ่งแบ่งออกได้ตามที่อยู่อาศัยและสภาพ พื้นที่ของเกษตรกรนิยมปลูกเป็นหลัก ได้แก่ พันธุ์ฟ้าประทาน คำไหล วังชุมปูน ภูโซง ดงหลวง เพชรหนองแซง ภูพานทอง สร้างค้อ 1 สร้างค้อ 2 ลมพัด แสนโฮม และมหาชนก เป็นต้น ตามลำดับและยังมีพันธุ์พื้นเมืองที่ปลูกมากในแถบอำเภอกุศุดบากซึ่งมีลักษณะคล้ายกันในแถบเทือกเขาภูพาน 6 สายต้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลด้านกายภาพและลักษณะเด่นแต่ละสายพันธุ์และคุณภาพหมากเฒ่าเบื้องต้นจากเกษตรกร โดยสรุปตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจงชนิดพันธุ์ที่นิยมปลูกโดยเน้นเกษตรกรที่ปลูกหมากเฒ่าในเทือกเขาภูพาน ในอำเภอภูพาน อำเภอวาริชภูมิ อำเภอกุศุดบาก และอำเภอนิคมน้ำอูน จังหวัดสกลนคร ลักษณะเด่นของหมากเฒ่าที่สุกตัวอย่างแต่ละสายต้น โดยแบ่งออกตามลักษณะใบซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ ลักษณะใบแหลมยาวและใบกว้างมนพบว่าหมากเฒ่าลักษณะใบแหลมยาวทั้งหมด 10 สายต้น และหมากเฒ่าลักษณะใบกว้างมนทั้งหมด 7 สายต้น ได้แก่ (ศิริรัตน์ เกื้อนสมบัติ, 2558, หน้า 8-9)

ลักษณะที่ 1 พบว่า หมากเฒ่าที่มีลักษณะใบแหลมยาว ทั้งหมด 10 สายต้น ประกอบด้วย

1) ฟ้าประทาน ลักษณะเด่นคือ ผลมีขนาดใหญ่เกือบเท่าผลมะเขือพวง มีรสฝาด มีกลิ่นหอม สีของเนื้อ ผลเป็นสีม่วงเข้ม ค่าเฉลี่ยผลผลิตเท่ากัน 4,202 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 58.75 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 18 องศาบริกซ์ ปริมาณน้ำคั้น 320 มิลลิลิตร

2) สร้างค้อ 1 ลักษณะเด่นคือ สุกพร้อมกัน ชั่วผลเหนียวมาก สามารถจับช่อผลที่สุกเขย่าโดยที่ผลไม่หลุด หล่น เนื้อผลหนาแน่น มีรสหวานฝาดเหมาะสำหรับผลิตไวน์ ผลผลิตเฉลี่ย 2,664 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 95.65 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 22 องศาบริกซ์ ปริมาณน้ำคั้น 255 มิลลิลิตร

3) สร้างค้อ 2 ลักษณะเด่นคือ ผลกลมใหญ่ สุกดำพร้อมกันทั้งช่อ มีรสหวาน ผลผลิตเฉลี่ย 2,232 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 56.68 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 16 องศาบริกซ์ ปริมาณน้ำคั้น 244 มิลลิลิตร

4) ดงหลวง ลักษณะเด่นคือ ผลกลมใหญ่ ลูกดำ มีรสหวานฉ่ำเหมาะสำหรับ
ขายผลสด ค่าเฉลี่ยผลผลิต เท่ากับ 1,280 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกข้อผล 54.54
เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 15 องศาบริกซ์ ปริมาณน้ำคั้น 129 มิลลิลิตร

5) วังขุมปูน ลักษณะเด่นคือ ผลขนาดกลางผลดี มีรสชาติหวาน สุกพร้อม
กัน ขั้วผลเหนียว ค่าเฉลี่ย ผลผลิตเท่ากับ 2,112 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกข้อผล
45.26 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 15 องศาบริกซ์ ปริมาณ น้ำคั้น 243 มิลลิลิตร

6) ภูซาง ลักษณะเด่นคือ ผลขนาดกลางผลดี มีรสชาติหวาน สุกพร้อมกัน
เหมาะสำหรับทำน้ำผลไม้ เข้มข้นและไวน์ชั้นดี ผลผลิตค่าเฉลี่ย 2,145 กิโลกรัมต่อไร่
สัดส่วนการสุกข้อผล 81.78 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 19 องศาบริกซ์ ปริมาณน้ำคั้น 250
มิลลิลิตร

7) แสนโฮม ลักษณะเด่นคือ ผลกลมก้นป้อม ลูกดำม่วงทั้งข้อ มีรสหวานฉ่ำ
เหมาะสำหรับขายผลสดและแปรรูปน้ำผลไม้ ค่าเฉลี่ยผลผลิตเท่ากับ 2,601 กิโลกรัมต่อไร่
สัดส่วนการสุกข้อผล 35.97 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 15 องศาบริกซ์ ปริมาณน้ำคั้น 329
มิลลิลิตร

8) ลมพัด ลักษณะเด่นคือ ใบใหญ่มีข้อห่าง ขนาดกลางผลดีรสฝาดหวาน
เหมาะสำหรับผลิตไวน์ ค่าเฉลี่ย ผลผลิตเท่ากับ 2,607 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกข้อ
ผล 50.78 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 20 องศาบริกซ์ ปริมาณ น้ำคั้น 260 มิลลิลิตร

9) พื้นเมืองพรมลิน ลักษณะเด่น ผลดำทั้งข้อ ขั้วผลสั้นแน่น ลูกเล็ก ข้อผล
ขนาดปานกลาง สุกพร้อมกัน เหมาะสำหรับแปรรูปน้ำผลไม้ ผลผลิตเฉลี่ย 1,251 กิโลกรัม
ต่อไร่ สัดส่วนการสุกข้อผล 95.38 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 19 องศาบริกซ์ ปริมาณน้ำคั้น
262 มิลลิลิตร

10) พื้นเมืองธวัชชัย ลักษณะเด่น ผลรูปไข่ ก้นแหลม ลูกเล็ก สุกไม่พร้อม
เหมาะสำหรับแปรรูปน้ำผลไม้ ผลผลิตค่าเฉลี่ย 1,761 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกข้อผล
39.01 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 18 องศาบริกซ์ ปริมาณ น้ำคั้น 162 มิลลิลิตร

ลักษณะที่ 2 พบว่า หมากเมาที่มีลักษณะใบกว้างมน ทั้งหมด 7 สายต้น
ประกอบด้วย

1) มหาชนก ลักษณะเด่นคือ ผลขนาดกลางผลดี ขั้วผลเหนียว มีรสชาติ
หวานเปรี้ยว ก้านข้อเหนียว ต้นเดี่ยว มีทรงพุ่มดี ผลผลิตค่าเฉลี่ย 2,775 กิโลกรัมต่อไร่

สัดส่วนการสุกช่อผล 46.57 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 18 องศา ริคซ์ ปริมาณน้ำคั้น 306 มิลลิลิตร

2) คำไหล ลักษณะเด่นคือ ผลสั้นเหนียวไม่หล่นง่าย ผลสุกเป็นสีม่วงดำคล้ำ รสหวานฝาด เมื่อนำมาปั่นเป็น น้ำผลไม้แล้วให้สีม่วงดีมาจึงเหมาะที่จะปลูกทำไวน์และน้ำผลไม้ ผลผลิตค่าเฉลี่ย 2,563 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 61.96 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 18 องศา ริคซ์ ปริมาณน้ำคั้น 356 มิลลิลิตร

3) เพชรหนองแขง ลักษณะเด่นคือ ใบใหญ่มีข้อห่าง ขนาดกลางผลถี่รสฝาด หวานเหมาะสำหรับ ผลิตไวน์ ผลผลิตค่าเฉลี่ย 2,112 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 48.38 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 16 องศา ริคซ์ ปริมาณ น้ำคั้น 306 มิลลิลิตร

4) ภูพานทอง ลักษณะเด่นคือ ขนาดกลางผลถี่ ขั้วผลเหนียว มีรสชาติขม ผลผลิตเฉลี่ย 2,321 กิโลกรัมต่อ ไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 60.65 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 17 องศา ริคซ์ ปริมาณน้ำคั้น 262 มิลลิลิตร

5) พื้นเมือง แดงอ่อน ลักษณะเด่น ช่อผลยาว ขั้วแน่น ผลดก มีรสชาติเปรี้ยว เหมาะสำหรับแปรรูปน้ำผลไม้ ผลผลิตเฉลี่ย 4,184 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 85.32 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 17 องศา ริคซ์ ปริมาณน้ำคั้น 345 มิลลิลิตร

6) พื้นเมือง นางรัตน์ ลักษณะเด่น ผลดำทั้งช่อ ขั้วผลแน่น ลูกเล็ก ช่อผล ขนาดปานกลาง สุกพร้อมกัน เหมาะสำหรับแปรรูปน้ำผลไม้ ผลผลิตเฉลี่ย 6,758 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 97.44 เปอร์เซ็นต์ ความ หวาน 18 องศา ริคซ์ ปริมาณน้ำคั้น 291 มิลลิลิตร

7) พื้นเมืองนายเท็บ ลักษณะเด่น ลูกใหญ่ ขั้วแน่น รสชาติหวานเปรี้ยว เหมาะสำหรับแปรรูปน้ำผลไม้ ผลผลิตเฉลี่ย 1,463 กิโลกรัมต่อไร่ สัดส่วนการสุกช่อผล 40.29 เปอร์เซ็นต์ ความหวาน 20 องศา ริคซ์ ปริมาณน้ำ คั้น 314 มิลลิลิตร

สรุปได้ว่าการปลูกหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ผู้ปลูกหมากเฒ่าส่วนใหญ่จะเป็นเกษตรกรรายย่อยที่สนใจปลูกหมากเฒ่าโดยมีเป้าหมายไว้เพื่อจำหน่ายในชุมชนหรือจำหน่ายให้โรงงานแปรรูปในชุมชน รวมถึงบริโภคเองในครัวเรือน และมีเกษตรกรบางส่วนที่จำหน่ายให้ผู้รับซื้อภายนอกที่มีความต้องการนำผลผลิตเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มหรือบริโภคผลสด จนได้มีการพัฒนาสายพันธุ์หมากเฒ่าเชิงการค้าสร้างรายได้ที่ต่อเนื่องมา

4.4.2 ด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า

หมากเฒ่าเป็นพืชเอกลักษณ์ของจังหวัดสกลนครที่มีการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มมาจากการวิจัยและพัฒนาที่ได้มีการถ่ายทอดสู่ชุมชน จนเกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าสกลนครดังนี้

4.4.2.1 ธุรกิจผลิตต้นตอจากเมล็ดและกิ่งพันธุ์ดีของหมากเฒ่า จำหน่ายให้แก่ผู้ที่มีความสนใจปลูกหมากเฒ่า ได้มีผลิตและการจำหน่ายกิ่งพันธุ์หมากเฒ่ากระจายไปทั่วประเทศ โดยมีการคัดเลือกคุณภาพสายพันธุ์ที่ดีให้ผลผลิตสูงค่าพร้อมกันในข้อ หรือขนาด หรือความยาวของข้อที่ดี จากการประกวดพันธุ์หมากเฒ่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จนถึงปี พ.ศ. 2552 ที่ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ได้จัดงานเทศกาลหมากเฒ่าขึ้นมา และทางเครือข่ายชมรมหรือสมาคมหมากเฒ่าได้รวบรวมและขยายพันธุ์ต่อยอดการรวบรวมหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี จนปัจจุบันมีการรวบรวมสายพันธุ์หมากเฒ่าไว้ไม่น้อยกว่า 25 สายพันธุ์ (สุตารัตน์ สกุลคู, สัมภาษณ์, 31 สิงหาคม 2565) โดยได้พัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพหมากเฒ่าสกลนครที่สวนวรรณวงศ์ ตำบลสร้างค้อ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จัดทำภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นแหล่งศึกษาดูงานให้กับผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร ด้วยระบบสารสนเทศในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสายพันธุ์หมากเฒ่าในแปลงรวบรวมสายพันธุ์ที่ได้ถูกรวบรวมไว้ในปี พ.ศ. 2559 สร้างความรู้และสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับธุรกิจหมากเฒ่าได้อีกทางรวมถึงสนับสนุนให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับหมากเฒ่าได้

4.4.2.2 ธุรกิจสวนหมากเฒ่า ที่มีการปลูกในเป็นสวนแบบเชิงเตี้ยหรือปลูกแซมพืชชนิดอื่น ปลูกเพื่อจำหน่ายผลหมากเฒ่าให้กับตลาดที่เป็นโรงงานแปรรูป และตลาดบริโภคผลสด ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2566 สวนหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครภายในเครือข่ายสมาคมหมากเฒ่าสมาคมหมากเฒ่ามีจำนวน 250 ไร่ (คนพ วรรณวงศ์, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2566)

4.4.2.3 ธุรกิจรวบรวมผลหมากเฒ่า รวบรวมโดยพ่อค้าคนกลางที่รวบรวมจากต้นหมากเฒ่าที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ และจากเกษตรกรที่ปลูกเป็นสวนหรือปลูกแบบแซมพืชอื่น ๆ ก็ตาม ซึ่งธุรกิจรวบรวมเป็นธุรกิจที่ช่วยให้เกษตรกรมีแหล่งรับซื้อที่อำนวยความสะดวกถึงที่ โดยมีการเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่าให้พร้อม ด้วยการซื้อแบบเหมาต้นหรือเหมา

สวนตามการตกลงร่วมกัน ซึ่งพ่อค้าคนกลางผู้รวบรวมก็จะเป็นผู้กระจายผลหมากเฒ่าสู่ตลาดการบริโภคผลสด ตลาดการแปรรูปทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสกลนคร ราคาผลผลิตสดที่ผ่านพ่อค้าคนกลางมารับซื้อที่สวนเกษตรกรโดยตรง โดยผลสุกแดงมีราคาอยู่ที่ 30–40 บาท/กิโลกรัม ผลสุก แดง-ดำ มีราคา 40–50 บาท/กิโลกรัม และผลสุกดำมีราคา 50–60 บาท/กิโลกรัม (สุขุมารมณ์ ศรีเผด็จ และศิริพร พุกหน้า, 2560, หน้า 1268–1269)

4.4.2.4 ธุรกิจการแปรรูปผลหมากเฒ่าเป็นผลิตภัณฑ์น้ำหมากเฒ่าและไวน์หมากเฒ่าโดยโรงงานแปรรูปมีการรับซื้อวัตถุดิบผลหมากเฒ่าหน้าโรงงาน หรือไปรับซื้อถึงแหล่งปลูก ซึ่งราคารับซื้อ กิโลกรัมละ 25–60 บาท ขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลหมากเฒ่าที่มีสัดส่วนของผลหมากเฒ่าดำ โดยส่วนใหญ่โรงงานแปรรูปจะรับซื้อผลหมากเฒ่าดำ 50 % ขึ้นไปเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติดีไม่เปรี้ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ของโรงงานแปรรูปมีการจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสกลนคร และด้วยหมากเฒ่ามีความแปรปรวนไม่แน่นอนบางปีมีผลผลิตหมากเฒ่าติดไม้เพียงพอกับความต้องการแปรรูป บางปีผลผลิตมีปริมาณมากเกิดความต้องการรับซื้อเพื่อแปรรูปเนื่องจากหมากเฒ่าจะสุกพร้อม ๆ กันในช่วงเวลา 2 เดือนคือเดือนสิงหาคม-กันยายน ทำให้ผู้ประกอบการแปรรูปรายย่อยที่มีกำลังการผลิตจำกัดไม่สามารถรับซื้อได้หมด ซึ่งหากไม่มีโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปฯ ซึ่งเป็นโรงงานแปรรูปจากภายนอกจังหวัดสกลนครเข้ามารับซื้อพร้อมด้วยในจังหวัดสกลนคร ย่อมส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่าในภาพรวมที่ไม่มีแหล่งรับซื้อผลหมากเฒ่าที่แพงมากกว่าดำ ซึ่งส่วนใหญ่โรงงานแปรรูปได้มีเครือข่ายผู้ปลูกหมากเฒ่าหรือลูกไร่ของโรงงานเพื่อให้มีวัตถุดิบเพื่อใช้ในการแปรรูปไม่ให้เกิดผลต่อธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่า เพื่อให้ผู้ประกอบการแปรรูปรายย่อยที่ได้นำมาประกอบสร้างธุรกิจหมากเฒ่ามาด้วยกันตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบันยังคงดำเนินธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าได้ โดยในปี พ.ศ. 2566 มีผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครที่ดำเนินการธุรกิจแปรรูปอยู่จำนวน 13 ราย (คนพ วรรณวงศ์, สัมภาษณ์, 20 กุมภาพันธ์ 2566) ดังนี้

- 1) คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
- 2) กลุ่มเกษตรกรทำสวนกุดบาก(อินแปง)
- 3) วิสาหกิจชุมชนภูพานการเกษตร

- 4) ห้างหุ้นส่วนจำกัดสกลนครไวน์เนอรี่
- 5) ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีชัยฟรุทไวน์
- 6) สหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้าง
- 7) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง
- 8) กลุ่มน้ำเมาภูพาน
- 9) กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรมวัดป่าชมภูพาน
- 10) ห้างหุ้นส่วนจำกัดวรรณวงศ์ฟรุทไวน์
- 11) ห้างหุ้นส่วนจำกัดรัฐพงษ์ธัญพืช สาโท แอนด์ ไวน์
- 12) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โคกนาดี
- 13) น้ำเมาสุริย์นิภา

4.4.2.5 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเมาในจังหวัดสกลนคร มีการจำหน่ายฝากขายตามร้านขายของใน เส้นทางสกลนคร-กาฬสินธุ์ ร้านจำหน่ายของฝากในอำเภอเมือง หรือจำหน่ายในจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสกลนคร ซึ่งผู้ประกอบการแปรรูปบางรายที่มีทำเลที่ตั้งที่ดีติดถนน ได้ปรับสถานที่โรงแปรรูปเป็นหน้าร้านจำหน่ายและจัดแสดงสินค้าสร้างโอกาสทางธุรกิจอีกทาง

สรุปได้ว่าการตลาดที่เกี่ยวข้องกับหมากเมาของจังหวัดสกลนคร มีการจำหน่ายสินค้าเริ่มต้นตั้งแต่การผลิตต้นต่อและกิ่งพันธุ์ดี การปลูกสร้างสวนหมากเมา การรวบรวมผลหมากเมา การแปรรูป และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป ทำให้สามารถสร้างมูลค่าหรือสร้างรายได้ให้กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจหมากเมาทั้งระบบธุรกิจ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเมาในจังหวัดสกลนคร มีดังนี้

5.1 งานวิจัยในประเทศ

ปภพพล เต็มธีรกิจ (2555, หน้า 150-154) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ กล่าวถึง ปัจจัยด้านนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในระดับ ค่อนข้างมาก คือ มีการเก็บภาษีต่าง ๆ ซับซ้อน รองลงมาคือ การ

เตรียม SMEs ก้าวสู่ ประชาคม ASEN และการอบรมพัฒนาทักษะของบุคลากร ตามลำดับ
 ปัจจัยด้านนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน ในระดับปานกลาง คือ ส่งเสริมให้
 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบห่วงโซ่อุปทานบริษัทขนาดใหญ่ รองลงมาคือ
 การพัฒนาองค์ความรู้ในการบริหารจัดการเทคโนโลยีและภาษาต่างประเทศ ให้ผู้ประกอบการ
 การวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่องถึง
 สถานการณ์ของไทยตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้าน ภาวะผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการเงิน
 ปัจจัยด้านการผลิต และปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน
 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
 ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก องค์ประกอบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลทางตรงต่อการ
 ดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
 การวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการดำเนินงานของ
 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรม เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มี 3
 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการเงิน และปัจจัยด้านการผลิต
 ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มี 1 ปัจจัย คือปัจจัยด้านนโยบายโดยส่งผ่าน
 ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านภาวะผู้ประกอบการและปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยที่มีอิทธิ
 พลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มี 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านภาวะผู้ประกอบการ
 และปัจจัยด้านภาวะผู้ประกอบการ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการ มีความเห็นโดยรวมได้รับการช่วยเหลือจากรัฐในระดับ ปานกลาง ส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่
 จะมาตรวจเรื่องการเสียภาษีต่าง ๆ และการผลิตเพื่อให้ได้การรับรองว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่
 เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านภาวะผู้ประกอบการโดยสร้างแรงจูงใจให้กับ พนักงาน
 สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้น
 ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เพิ่มความรับผิดชอบให้กับตำแหน่งงาน ปัจจัยด้านการเงิน คือ
 ธนาคาร ไม่ปล่อยสินเชื่อเพราะขาดหรือมีหลักทรัพย์ไม่เพียงพอที่จะขอกู้ตามที่ต้องการ
 หรือการบริหารงาน ยังไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร ปัจจัยด้านการผลิตมีโรงงานผลิตสินค้า
 เองปัญหาทางการผลิตมีมาก เช่น คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ ผลิตออกมาไม่ได้มาตรฐาน
 อัตราการสูญเสียสูง ไม่สามารถผลิต สินค้าส่งมอบได้ตามกำหนด ปัญหาเครื่องจักรเสีย
 บ่อย ต้นทุนการผลิตสูง เป็นต้น ผู้ประกอบการจึง มีแผนตรวจสอบสินค้าให้ได้มาตรฐาน

ทำให้ปัญหาเรื่องคุณภาพสินค้าที่ออกจากโรงงานหมดไป ปัจจัยด้านส่วนผสมทาง การตลาด เกิดจากปัจจัยหลายด้าน เช่น สินค้าที่ผลิตไม่เป็นที่ต้องการของ ตลาด คุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก เป็นต้น ทำให้ทำการตลาด ได้ยาก

แววมยุรา คำสุข และมรกต กำแพงเพชร (2557, หน้า 229) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การจัดการความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม กล่าวถึง ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กร ทำให้องค์กรจำเป็นต้องมีการ จัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดีที่สุดสำหรับองค์กร ทรัพยากรมนุษย์เป็นผู้ขับเคลื่อนกลไก ในทางธุรกิจทั้งหมดขององค์กร การที่องค์กรมีทรัพยากรบุคคลที่ดี มีประสิทธิภาพ มีความ ซื่อสัตย์ และจงรักภักดีกับองค์กร องค์กรก็จะสามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามพันธกิจ ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตาม เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร มีกำไร เติบโต และมั่นคง การจัดการทรัพยากร มนุษย์เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์จะนำหลักการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการ ที่จะทำให้องค์กรมีบุคลากรที่มีคุณภาพมาร่วมงานอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง เพื่อให้ องค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้ง ไว้ ซึ่งกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะเริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการวางแผนทรัพยากร มนุษย์ การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้าสู่องค์กร การดูแลและพัฒนาบุคลากรจนกระทั่ง บุคลากรออกจากองค์กร การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมแต่ละองค์กร อาจจะต้องประสบกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคล จนเป็นอุปสรรคต่อการ ดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นองค์กรจึงต้องมีการจัดการความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นการจัดการเพื่อระบุชี้ วิเคราะห์ ประเมิน กำหนดมาตรการ และสร้างแผนปฏิบัติ การ เพื่อกำจัด ลด หรือควบคุมความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร รวมทั้งความ เสี่ยงจากการทุจริตและเป็นกระบวนการจัดการที่ควบคู่กับกระบวนการบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรโดยรวมตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

กรรณิการ์ สมบุญ และสันทยา เหวะวัน (2557, หน้า 322) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาเครือข่ายธุรกิจ (Cluster) หมากรเฒ่าในจังหวัด สกลนคร กล่าวถึง จากการประเมินศักยภาพตนเองของเครือข่ายธุรกิจ (Cluster) หมากรเฒ่า ในจังหวัดสกลนคร ตามการวิเคราะห์องค์ประกอบของคลัสเตอร์ ซึ่งสถานการณ์การ

แข่งขันทางธุรกิจยังไม่รุนแรง มีการช่วยเหลือกันภายในเครือข่าย ในด้านการแปรรูป และการจำหน่ายผลผลิต แต่มีปัญหาในด้านวัตถุดิบที่มีปริมาณไม่เพียงพอ หากสภาพภูมิอากาศแปรปรวน ซึ่งส่งผลให้หมากเฒ่าติดผลน้อยทำให้ผลหมากเฒ่ามีไม่เพียงพอภายในเครือข่ายและภายนอกเครือข่าย จึงต้องปรับตัวด้วยการวางแผนจัดการวัตถุดิบอย่างเป็นระบบ ปัญหาสำคัญของธุรกิจหมากเฒ่าคือเกษตรกร ผู้ประกอบการแปรรูปขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งต้องการให้ภาครัฐและเอกชนมาสนับสนุนพัฒนา และส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดงานเทศกาลหมากเฒ่าประจำปี และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

Vicharn Amarakul (2015, pp. 241–242) ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อเครือข่ายเกษตรกรผลิตผักปลอดภัย ได้แก่ แรงจูงใจในการสร้างเครือข่าย ความต้องการของผู้บริโภค การเชื่อมโยงเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน และกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ส่งผลต่อเครือข่ายเกษตรกรผลิตผักปลอดภัย และกล่าวถึงปัจจัยการเชื่อมโยงให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน กลยุทธ์ในการแข่งขันและแรงจูงใจในการสร้างเครือข่าย มีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่าย เกษตรกรผลิตผักปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานเท่ากับ 0.427 0.373 และ 0.235 ตามลำดับ และมีค่าความแปรปรวนของปัจจัยเครือข่ายเกษตรกรผลิตผักปลอดภัย คิดเป็น ร้อยละ 81.4 ส่วนปัจจัยความต้องการของผู้บริโภคและปัจจัยแรงจูงใจในการสร้างเครือข่าย มีอิทธิพลโดยอ้อมต่อเครือข่ายเกษตรกรผลิตผักปลอดภัย เท่ากับ 0.309 และ 0.419 ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น เครือข่ายเพื่อผลผลิตปลอดภัยจะคงอยู่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยแรงจูงใจ การสร้างเครือข่าย หมายถึง ความปรารถนาของผู้นำและสมาชิกต้องการให้ผู้บริโภคมีอาหาร ในการบริโภคที่มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ และปัจจัยที่ส่งเสริมให้เครือข่ายสามารถ ดำเนินการอยู่ ได้แก่ ปัจจัยการเชื่อมโยงที่ให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน ปัจจัยกลยุทธ์ ธุรกิจการแข่งขัน และปัจจัยความต้องการของผู้บริโภค

ปัญญา จันทโคต และกุลธิดา ท้วมสุข (2558, หน้า 42) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ชุมชนในประเทศไทย กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ชุมชนในประเทศไทย มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในศูนย์เรียนรู้ชุมชนที่มีผลต่อความสำเร็จเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ปัจจัยด้านอาคารสถานที่ โครงสร้างและการบริหาร บุคลากร กิจกรรมและบริการ ทรัพยากรสารสนเทศและความรู้ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

งบประมาณ ส่วนปัจจัย ภายนอกที่สนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ ชุมชน เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผู้นำชุมชน คนในชุมชน และหน่วยงานภายนอก

ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ (2559, หน้า 113-114) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจท้องถิ่นด้วยการจัดการนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้สื่อสังคม ออนไลน์ กล่าวถึง ความสำเร็จของธุรกิจท้องถิ่นวัดได้จากการสร้างตราสินค้าองค์กร การ ประเมินมูลค่ากิจการ การตระหนักถึงและปริมาณธุรกรรมทางธุรกิจ และความผูกพันต่อ องค์กรของพนักงาน และประการที่สอง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจท้องถิ่น ประกอบไปด้วย การจัดการนวัตกรรม สิ่งแวดล้อมองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ องค์กรเรียนรู้และการจัดการสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ และการสร้างนวัตกรรมเชิงสร้าง สรรค์) และการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (การชื้อนำยุคสมัย การรักษารฐานลูกค้า และ การสร้างการตระหนักในตราสินค้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นควรเลือกการ สร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางไปสู่การสร้างความสำเร็จทาง ธุรกิจอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ในบรรดาผู้ประกอบการส่วนใหญ่เชื่อว่าความรู้ใหม่ ๆ ไม่ สามารถพัฒนาควบคู่ไปกับภูมิปัญญาดั้งเดิมได้ และแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมจะมาจากภายนอกเท่านั้น

สุขุมารณ์ ศรีเพ็ญ และศิริพร พุกหน้า (2560, หน้า 1268-1269) ได้ ทำการศึกษาเรื่อง สถานการณ์การตลาดและการผลิตหมากเฒ่าอำเภอภูพาน จังหวัด สกลนคร กล่าวถึง ช่องทางการตลาดของผลหมากเฒ่ามีการจำหน่ายเป็นผลสด ส่วนผล หมากเฒ่าที่ผ่านกระบวนการซื้อขายจากคนกลางเป็นผู้รวบรวมและกระจายผลผลิตสู่ โรงงานแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กระจายสู่ร้านอาหาร ร้านค้า และห้างสรรพสินค้า หมากเฒ่า มีการแปรรูปเป็นน้ำผลไม้และไวน์ แต่มีช่องทางการตลาดที่คล้ายคลึงกัน น้ำหมากเฒ่าเป็น ที่นิยมในกลุ่มผู้รักสุขภาพ ปัจจุบันคนให้ความสนใจสุขภาพและอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่ม มากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักในตลาดหมากเฒ่า การประกอบธุรกิจการปลูกหมากเฒ่า เกษตรกรมีต้นทุนในการปลูก โดยเป็นต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ย 9,904.67 บาท/ไร่ ประกอบด้วย ต้นทุน ผัสน้ำเฉลี่ย 7,871.36 บาท/ไร่ และต้นทุนคงที่เฉลี่ย 2,033.33 บาท/ไร่ และมี ผลตอบแทนของเกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า ให้ผลผลิตต่อไร่ 618.57 กิโลกรัม/ไร่ ให้ ผลตอบแทนเฉลี่ย 19,964.29 บาท/ไร่ และผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 17,930.96 บาท/ไร่ ดังนั้น การปลูกหมากเฒ่าจึงเป็นอีกอาชีพหนึ่งที่น่าสนใจของจังหวัดสกลนคร

ชุตินันท์ มั่นคงธรรม, ประพัฒน์สอน เปียกสอน และชาริณี พลวุฒิ (2560, หน้า 24) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการของธุรกิจโรงงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก กล่าวถึง ปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านพนักงานและการวางแผนส่วนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านการขาดแคลนรถยนต์ โดยจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุน และมีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยผลการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาชิ้นส่วนยานยนต์ให้สอดคล้องกับความเป็นจริงของต้นทุน และควรมีการวางแผนการผลิตที่สามารถส่งมอบชิ้นส่วนเข้าสู่กระบวนการผลิตได้ทันเวลา เพื่อป้องกันการขาดแคลนรถยนต์ และรัฐบาลควรส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยให้เข้มแข็ง เพื่อเป็นฐานการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในระยะยาว

สัมฤทธิ์ ศิริตะเนรัตน์, ทดมัล แสงสว่าง, วรวิช โกวิทยากร และพงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ (2560, หน้า 116) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพในการพัฒนาการจัดการธุรกิจขยะรีไซเคิลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย กล่าวถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขยะรีไซเคิล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผ่านมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า กระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่า ปัจจัยแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงาน 0.816, 0.441 และ 0.957 ตามลำดับ นั่นคือถ้าธุรกิจขยะรีไซเคิลมีการปฏิบัติงานของธุรกิจตามแนวทางห่วงโซ่คุณค่า การปฏิบัติงานของธุรกิจตามแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินโซ่อุปทาน และมีสมรรถนะการจัดการโซ่อุปทาน มากขึ้นมีแนวโน้มที่ผลการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

ทักษญา สง่าโยธิน (2560, หน้า 12) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยและความสำเร็จจากการดำเนินวิสาหกิจ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งวิสาหกิจชุมชนในประเทศ และวิสาหกิจชุมชนต่างประเทศ จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการ ทบทวนวรรณกรรม ทั้งหมด 16 แห่ง พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ค้นพบเรียงตามระดับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่พบ มากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ 2) ความสามัคคีในกลุ่ม การมีส่วนร่วม และความผูกพัน 3) ระบบ การบริหารจัดการที่ดี 4) เงินทุน 5) การ

สนับสนุนจากภาครัฐ 6) ทักษะ ความสามารถในการผลิต รวมถึงนวัตกรรม การผลิตและการพัฒนา 7) การสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (การสร้างเครือข่าย) 8) ผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ 9) การมีตลาดรองรับที่แน่นอน 10) การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และความโปร่งใส 11) ระบบการสื่อสาร 12) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม ตรงความต้องการของผู้บริโภค 13) ความพร้อมของอุปกรณ์และ เครื่องมือ 14) การใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น 15) การปฏิบัติทางกฎและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม

วรพิทย์ มีมาก (2560, หน้า 179) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการนำ นโยบายกองทุนหมู่บ้าน ไปปฏิบัติ บทวิเคราะห์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำ นโยบายกองทุนหมู่บ้านไปปฏิบัติ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายกองทุนหมู่บ้านไปปฏิบัติตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ กองทุนหมู่บ้าน การลุ่มตัวอย่างกองทุนหมู่บ้าน ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา ได้แก่ คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและ สมาชิกกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 7,920 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ข้อมูลที่ได้รวบรวมได้จะนำ มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุผลที่ได้จากการวิจัย มีดังนี้ 1. การนำนโยบายกองทุนหมู่บ้านไปปฏิบัติมีแนวโน้มที่จะประสบผลสำเร็จตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนการดำเนินงานตามนโยบายกองทุนหมู่บ้าน มีแนวโน้มที่จะเป็นไปตามองค์ประกอบของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตนเอง ความรู้และคุณธรรม จากระดับปานกลางถึงระดับค่อนข้างสูง 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของการนำนโยบายกองทุนหมู่บ้านไปปฏิบัติได้แก่ความมีเหตุผล ความพอประมาณ การติดต่อสื่อสารความชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของนโยบายการมีภูมิคุ้มกันในตนเอง โครงสร้างการปฏิบัติงาน คุณธรรม ความรู้ทรัพยากร และลักษณะของผู้ปฏิบัติงาน

กนกพัชร กอประเสริฐ, กสมล ชนะสุข และฉัตรรัตน์ ไทรตระไวศยะ (2561, หน้า 156-157) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาบริษัทส่งออกจำลองแบบมีส่วนร่วม สำหรับผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงาม ในประเทศไทย กล่าวถึง ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ 6 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) การแบ่งปันผลประโยชน์ (Share) 2) การสร้างความ

มั่นใจ (Sure) 3) บริหารต้นทุนที่ต่ำ (Saving) 4) การพูดคุยกัน (Speak) 5) ไม่มีการจัดเก็บ (Stock) 6) สังคมออนไลน์ (Social Online) ดังนั้น การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมอย่างมีระบบ ช่วยในการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจโดยนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกับเศรษฐกิจดิจิทัลส่งเสริมให้เกิดเกษตรกรยุคใหม่ที่มีศักยภาพ ประสานความร่วมมือในการพัฒนา เพื่อมุ่งสู่การสร้างรายได้บนพื้นฐานทุนชุมชน สร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนอย่างแท้จริง

อนิวัช แก้วจำนงค์ (2561, หน้า 39) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำกับ

ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา กล่าวถึง ผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้ภาวะผู้นำระดับมาก ในการจัดการธุรกิจ โดยภาวะผู้นำเรื่องแรกที่ใช้ระดับมากคือภาวะผู้นำแบบสนับสนุน ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ และ ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีความพร้อมในการจัดการธุรกิจ เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยมีความพร้อมมากในเรื่องการผลิตและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้า

ทิปดี ทัพพรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก (2561, หน้า 396) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กล่าวถึง การนำความคิดเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในการบริหารจัดการในองค์การให้ประสบความสำเร็จ โดยสามารถจำแนกได้ 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายในของผู้ประกอบการ (Internal entrepreneur) ได้แก่ การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ ความรู้ความเข้าใจในหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การชอบเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา มีวิสัยทัศน์กว้างไกล นำประสบการณ์ที่ผ่านมามาประยุกต์ให้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ และวางแผนกลยุทธ์ด้านความคิดสร้างสรรค์ 2) ปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบการ (External entrepreneur) ได้แก่ เทคโนโลยีนวัตกรรม กระบวนการบริหารจัดการ การดำเนินธุรกิจของคู่แข่ง ความร่วมมือ กระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกและความต้องการของตลาด ทั้งนี้อาศัย องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Technology Innovation) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) การสั่งสมความรู้ (Social Wisdom) และวัฒนธรรม (Culture) ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถนำความคิดสร้างสรรค์ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ โดยอาศัยองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง คน

เทคโนโลยี กระบวนการ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

มรกต กำแพงเพชร, สวรรยา ธรรมอภิพล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2562, หน้า 262) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรสีเขียว กล่าวถึง แนวคิดการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกทำให้การพัฒนาเกษตรกร กลายเป็นหนึ่งในโมเดลการพัฒนาระบบประเทศไทย 4.0 ซึ่งผลักดันให้เกิดการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ และเกษตรกรต้องเป็นเกษตรกรแบบผู้ประกอบการ ดังนั้นการนำคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จมาใช้พัฒนาเกษตรกร จะส่งผลให้เกษตรกรมีความสามารถในการสร้างและพัฒนาธุรกิจที่ทำกำไรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ตระหนักถึงโอกาสทางธุรกิจใหม่ มีความสามารถด้านเครือข่าย มีทักษะการบริหารจัดการ การตลาดและการขาย การจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งความสามารถนี้จะทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรประสบความสำเร็จธุรกิจเกษตรสีเขียว

ชนากานต์ บุญทอง, เกษราภรณ์ สุตตาพงศ์ และณัฐยา ยวงใย (2562, หน้า 24) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการบุคลากรที่มีศักยภาพสูงเพื่อสร้างความได้เปรียบในองค์กร กล่าวถึง การบริหารจัดการบุคลากรที่มีศักยภาพสูง มีความสำคัญสำหรับองค์กรในปัจจุบันเพื่อเป็นเครื่องมือที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างกลุ่มบุคลากรที่มีศักยภาพสูง เพื่อให้องค์กรมีทุนมนุษย์ที่เป็นบุคลากรที่มีศักยภาพสูงเพียงพอที่จะก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น องค์กรต่าง ๆ จึงต้องการบุคลากรที่มีศักยภาพสูงเข้ามาร่วมงาน เนื่องจากสามารถช่วยส่งเสริมให้กลยุทธ์การแข่งขันหรือกลยุทธ์ธุรกิจขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้น บทความนี้จึงรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง เพื่อสร้างความได้เปรียบในองค์กร ได้แก่ กลยุทธ์การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพสูง กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง และกลยุทธ์การจูงใจและรักษามูลค่าบุคลากรที่มีศักยภาพสูง

สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต พันธ์รัตน์ และธนพล ก่อฐานะ (2562, หน้า 33) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในยุคดิจิทัล และ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ใน

ยุคดิจิทัล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ จำนวน 360 คน โดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสมการโครงสร้าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจ ออนไลน์และนักวิชาการด้านการตลาด จำนวน 15 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับตัวแปรที่เป็นปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล อยู่ในระดับ มาก และ 2) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการเทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์ทางธุรกิจและนวัตกรรมการจัดการ ส่งต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 นอกจากนี้ ผลการวิจัย ยังพบประเด็น สำคัญว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องค้นหาความต้องการของลูกค้าและสนองความต้องการเหล่านั้นทันทีเพื่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดอย่างรวดเร็ว โดยการใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัลรวมทั้งปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดตามภาวะตลาด เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และประยุกต์ใช้นวัตกรรมจัดการในการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อเพิ่มยอดขาย และขยายตลาดให้มากขึ้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เกิดการสื่อสารทางบวกแบบปากต่อปาก มีการบริโภคซ้ำ และมีความภักดีต่อแบรนด์ ผลงานวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสู่การพัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล โดยการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการแข่งขันทางการตลาด สร้างเครือข่ายทางการค้าและนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจออนไลน์

ทวี วัชรเกียรติศักดิ์, ศิริพร เลิศยิ่งยศ และยุทธกร ฤทธิ์ไธส (2562, หน้า 118-119) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบความสำเร็จในการประกอบการสำหรับวิสาหกิจรายย่อย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างของความสำเร็จในการประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย ปัจจัยความสำเร็จในการ ประกอบการ และพัฒนาและประเมินผลรูปแบบ การศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเป็นการศึกษาจากผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยทั้งหมดในจังหวัด นครราชสีมา สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ผู้ประกอบการระดับอำเภอและสุ่มอย่างง่ายในพื้นที่ 551 ตัวอย่าง ด้วย แบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็น ใช้สถิติทดสอบและวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการศึกษาแสดงความสอดคล้อง กลมกลืนจากค่า $\chi^2 = 465.517$ ($df=233$, $p=0.00$), $\chi^2/df = 1.998$, GFI = 0.933, AGFI = 0.914, IFI = 0.972, TLI = 0.967, CFI = 0.972, และ RMSEA = 0.043 สรุปได้ว่า สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่น สร้างสรรค์ประโยชน์จากโอกาส การสร้างความสัมพันธ์และเครือข่าย และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์โดยตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด ด้วยอิทธิพลร้อยละ 80.9 และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จเมื่อมีการมุ่งเน้นตลาด เมื่อรวมกับทักษะการจัดการเชิงระบบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกโดยตรง ด้วยอิทธิพลร้อยละ 63.3 ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบการ เป็นการดำเนินการเชิงวิจัยคุณภาพที่ใช้ความคิดเห็นจากความสัมพันธ์ เชิงโครงสร้าง เชื่อมโยงกับการหนุนเสริมของรัฐ โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้มีบทบาทเกี่ยวข้อง 20 ราย พบว่าผู้ประกอบการและผู้รับผิดชอบภาครัฐ ต้องสร้างคุณค่าภายในจากต้นทาง กลางทาง และปลายทางภายในตนเองและ ร่วมกันเชื่อมร้อยเป็นห่วงโซ่คุณค่า รูปแบบที่พัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบ คือ แนวคิดและหลักการ วัตถุประสงค์ คุณลักษณะที่ต้องพัฒนา วิธีการ และขั้นตอนในการพัฒนา และเงื่อนไขการพัฒนา และใช้การประเมินเชิงคุณภาพจากกลุ่มเป้าหมายผู้ทรงคุณวุฒิ และ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง 10 ราย ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า รูปแบบมีความเหมาะสมตามมาตรฐาน นำไปใช้ประโยชน์ได้

ประภัศร รังสิโรจน์ (2563, หน้า 2138) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบที่ เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายในองค์กร คุณภาพร้านอาหาร กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน การกำหนดนโยบายภาครัฐ และความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผล ต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน 3) ศึกษา รูปแบบ และแนวทางในการพัฒนา ธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed methods research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยอยู่ใน เขตพื้นที่ภาคกลางตะวันตก 8 จังหวัด รวม 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานภายใน องค์กร คุณภาพร้านอาหาร กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน การกำหนดนโยบายภาครัฐ และ

ความสำเร็จ ในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน พบว่า มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยที่ ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินงานภายในองค์กร กลยุทธ์ ความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน คุณภาพของร้านอาหาร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการ กำหนดนโยบายภาครัฐ 3) รูปแบบและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน พบว่า ภาพรวมที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รองลงมา คือ การกำหนดนโยบายภาครัฐ คุณภาพของร้านอาหาร องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินงานภายในองค์กร และกลยุทธ์ความสำเร็จได้เปรียบ ในการแข่งขัน และเมื่อพิจารณา เฉพาะปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทย อย่างยั่งยืน พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จ มากที่สุด

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Lee, H., Kim, J. and Kim, J. (2007, p. 796) ได้ทำการศึกษาเรื่อง

Determinants of success for application service provider: An empirical test in small businesses กล่าวถึง ความสำเร็จ 7 ประการ ประกอบด้วย ระบบคุณภาพ คุณภาพของ ข้อมูล คุณภาพการให้บริการ ความตั้งใจที่จะใช้ ความพึงพอใจของผู้ใช้ ผลประโยชน์ของแต่ละบุคคล ผลประโยชน์ขององค์กรและเป็นปัจจัยเพิ่มเติมความไว้วางใจมีแบบที่ดีกับ ข้อมูลที่รวบรวม ปัจจัยเหล่านี้ยังเกี่ยวคุณภาพของระบบแสดงค่าสัมประสิทธิ์ที่สำคัญและ กำลังไฟฟ้าที่อธิบายได้ นอกจากนี้ยังพบว่าทั้งคุณภาพการให้บริการและคุณภาพของ ข้อมูลที่มีความสำคัญสำหรับการส่งเสริมความพึงพอใจของผู้ใช้ ความไว้วางใจและความ ตั้งใจที่จะใช้

Kemayel L. (2015, p. 1123) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Success Factors of Lebanese SMEs: An Empirical Study กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในเลบานอน ตัวแปรอิสระนั้นรับรู้ถึงประสิทธิภาพของ SME โดย การวัดความพึงพอใจของผู้จัดการ ความพึงพอใจนี้วัดจากการตรวจสอบสองเกณฑ์: การเงิน (วิวัฒนาการของผลกำไรการหมุนเวียนและกระแสเงินสด) และการตลาด (วิวัฒนาการของความพึงพอใจของลูกค้า) จากการทบทวนวรรณกรรม มีการตรวจสอบ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SME ปัจจัยเหล่านี้คือลักษณะ SME ลักษณะ ผู้จัดการและวิธีการทำธุรกิจ (เป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อประสิทธิภาพ) ปัจจัยภายนอกแบ่ง

ออกเป็นสองมาตรการ สภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงซึ่งประกอบด้วยส่วนแบ่งการตลาดลูกค้า ทรัพยากรบุคคลคู่แข่ง ความสัมพันธ์กับพนักงานและธนาคาร สภาพแวดล้อมการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม

Hazudin, S. F., Riduan, M. A., Kader, A., Tarmuji, N. H., Ishak, M., and Ali, R. (2015, p. 436) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Discovering Small Business Start-up Motives, Success Factors and Barriers: A Gender Analysis กล่าวถึงผลการวิจัยระบุว่าผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในธุรกิจหากเรื่องครอบครัวของพวกเขายังคงสามารถจัดลำดับความสำคัญได้ ในขณะที่เดียวกันผู้ชายมองว่านวัตกรรมและกิจกรรมการเสี่ยงมีโอกาสน้อยที่จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจของพวกเขาว่าสิ่งที่ผู้หญิงคิดว่าควรจะเป็นนอกจากนี้ดูเหมือนว่าผู้หญิงจะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจโดยไม่มีความรู้และทักษะความสามารถเมื่อเทียบกับผู้ชาย อย่างไรก็ตามผู้ชายพบว่าการจัดการกับการทุจริตต่อหน้าที่ธุรกิจเป็นความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ในธุรกิจที่ผู้หญิงมีประสบการณ์น้อยลงด้วย ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการในปัจจุบันและเป็นผู้กำหนดนโยบายเพื่อจุดประสงค์ในการจัดทำนโยบายและโครงการผู้ประกอบการตามเพศ ผู้ชายพบว่าการจัดการกับการทุจริตต่อหน้าที่ธุรกิจเป็นความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ในธุรกิจที่ผู้หญิงมีประสบการณ์น้อยลงด้วย ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการในปัจจุบันและเป็นผู้กำหนดนโยบายเพื่อจุดประสงค์ในการจัดทำนโยบายและโครงการผู้ประกอบการตามเพศ ผู้ชายพบว่าการจัดการกับการทุจริตต่อหน้าที่ธุรกิจเป็นความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ในธุรกิจที่ผู้หญิงมีประสบการณ์น้อยลงด้วย ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการในปัจจุบันและเป็นผู้กำหนดนโยบายเพื่อจุดประสงค์ในการจัดทำนโยบายและโครงการผู้ประกอบการตามเพศ

Schuh, G., Gudergan, G., Feige, B. A., Buschmeyer, A., and Krechting, D. (2015, p. 335) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Business Transformation in the Manufacturing Industry-How Information Acquisition, Analysis, usage and Distribution Affects the Success of Lifecycle-Product-Service-Systems กล่าวถึง ปัจจัยความสำเร็จห้าประการที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อนวัตกรรมและความเป็นเลิศในการปฏิบัติงาน ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถช่วยพัฒนาแนวทางใหม่เกี่ยวกับวงจรชีวิต-ผลิตภัณฑ์-บริการ-ระบบที่เป็นประโยชน์และใหม่กว่า ในทางกลับกันจะช่วยให้ บริษัท สามารถมุ่งเน้นกิจกรรมที่

นำไปสู่ประสิทธิภาพการบริการที่สูงขึ้น การสร้างสิ่งเราใหม่จะเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจที่มีอยู่เป็นรูปแบบการบริการที่มุ่งเน้นมากขึ้น

Lückmann, P., and Feldmann, C. (2017, p. 439) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Success Factors for Business Process Improvement Projects in Small and Medium Sized Enterprises –Empirical Evidence กล่าวถึง โครงการจัดการกระบวนการทางธุรกิจ (BPM) จากองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลาง (SME) จากการศึกษาที่มีอยู่เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญใน BPM และโครงการโดยทั่วไป รายการปัจจัยผลกระทบที่สรุปได้มี 64 ปัจจัยความสำเร็จ ประเด็นปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ การบูรณาการโครงการ การควบคุมโครงการ และการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตามด้วยปัจจัยการบริหารความเสี่ยง การบริหารทรัพยากรบุคคลและวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยที่ระบุให้ข้อมูลเชิงลึกเบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งที่ช่วยให้ความสำเร็จของโครงการ BPM ใน SMEs และพวกเขาอาจทำหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับต่อไป

Scott, I. (2017, p. 50) ทำการศึกษาเรื่อง A business model for success: Enterprises serving the base of the pyramid with off-grid solar lighting กล่าวถึง รูปแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จสำหรับองค์กรที่ให้บริการฐานของปิรามิดและการศึกษาของวิสาหกิจพลังงานทดแทน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องและทับซ้อนกันและสร้างกรอบการทำงานสำหรับรูปแบบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จซึ่งมีองค์ประกอบหลักสี่ประการ: การมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน ความร่วมมือ การเสริมสร้างศักยภาพของท้องถิ่น และการจัดหาเงินทุนการศึกษา และการพัฒนาเครือข่ายการจัดจำหน่าย

Martins de Resende, I. M., Volski, I., Betim, L. M., Gomes de Carvalho, G. O., Barros, R. D., and Senger, F. P. (2018, p. 177) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Critical success factors in coopetition: Evidence on a business network กล่าวถึง ความร่วมมือในเครือข่ายธุรกิจเป็นกลยุทธ์พื้นฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงปัจจัยความสัมพันธ์หลักระหว่างบริษัทที่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือและการแข่งขันรวมถึงความสัมพันธ์ในการร่วมมือกัน งานวิจัยนี้กล่าวถึงการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (CSF) การวิเคราะห์ดำเนินการในอุตสาหกรรมการทำอาหาร ผลลัพธ์ผ่านการสอบสวนเชิงสำรวจดำเนินการโดยใช้แบบจำลองที่แนะนำโดย Petter (2014) ในเครือข่ายธุรกิจพิสูจน์ได้ถึงปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญและความสัมพันธ์ของพวกเขาในมิติที่แนะนำ

Long, T. B., Looijen, A. and Blok, V. (2018, p. 82) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Critical success factors for the transition to business models for sustainability in the food and beverage industry in the Netherlands กล่าวถึงความร่วมมือ การบรรยายและ วิสัยทัศน์ที่ชัดเจนนวัตกรรมที่ต่อเนื่องเป็นรากฐานที่ยั่งยืน ผลกำไรและเหตุการณ์ภายนอก ที่สำคัญ คือ ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญสำหรับการเปลี่ยนไปใช้โมเดลธุรกิจเพื่อความ ยั่งยืน ปัญหาและอุปสรรคที่รวมถึงเหตุการณ์ภายนอก ปัญหาตัวแทนกับการขาดการ สนับสนุน และระบบที่กว้างขึ้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจที่ต้องการพัฒนารูปแบบธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนต้องทำให้เกิดความยั่งยืนเป็นหลักการสำคัญที่ บริษัทจำเป็นต้องมีการ พัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องนอกเหนือจากการสนับสนุนจากภายนอกที่มีความ หลากหลายในบริษัท เช่น ซัพพลายเออร์ลูกค้าและรัฐบาล

Dania, W. A. P., Xing, K., and Amer, Y. (2018, p. 851) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Collaboration behavioural factors for sustainable agri-food supply chains: A systematic review กล่าวถึง สามความหมายหลักของความร่วมมือท่ามกลางความขัดแย้งของผู้มีส่วน เกี่ยวข้องคือความจำเป็นสำหรับการเข้าถึงความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานอาหารเกษตร จำนวนความยั่งยืนจากงานวิจัยได้จากการทดสอบปัจจัยจากเกณฑ์คุณลักษณะ และการ ร่วมมือที่มีประสิทธิผลที่ยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน จากการศึกษาและและการวิเคราะห์ เนื้อหา พบว่ามี 10 ปัจจัยหลักในการค้นพบ ได้แก่ ความพยายามร่วมมือ กิจกรรมการ แบ่งปัน การให้คุณค่าความร่วมมือ การปรับตัว การไว้วางใจ พันธะสัญญา อำนาจ การ ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การประสานงาน และ ความเสมอภาค จากการศึกษาสามารถเป็น แนวทางสำหรับการวิจัยในอนาคตของความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานด้านอาหารเกษตร และช่วยเป็นรูปแบบและวัดสมรรถนะความร่วมมือให้มีประสิทธิภาพ

Figueiredo, V., and Franco, M. (2018, p. 15) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Factors influencing cooperator satisfaction: A study applied to wine cooperatives in Portugal กล่าวถึงสองปัจจัย / มิติที่ยืนยันถึงความสำคัญทางสังคมของสหกรณ์ไวน์ในสังคม: (1) ปฏิกริยาและ (2) ความร่วมมือ แม้จะมีความยากลำบากในการพัฒนาขีดความสามารถใน การแข่งขันของพวกเขา แต่สหกรณ์ก็ถูกมองว่าเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการระดม ทรัพยากรในท้องถิ่นให้กลายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ในแง่การประกอบการทางสังคมมี บทบาทสำคัญในกระบวนการของการพัฒนาสังคม / ชุมชนเช่นเดียวกับการมีส่วนร่วม สำคัญในการร่วมมือ นอกจากนี้ยังมีการเสนอแนะทางทฤษฎีและการปฏิบัติด้วย

Staniewski, M. W., and Awruk, K. (2019, p. 433) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Entrepreneurial success and achievement motivation—A preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success กล่าวถึงลักษณะของความสัมพัทธ์ระหว่างความสำเร็จของผู้ประกอบการและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ในหลักสูตรของการศึกษาความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างความสำเร็จของผู้ประกอบการและแรงจูงใจความสำเร็จ (เช่นความยืดหยุ่น ความกล้าหาญ ความเชื่อในความสำเร็จ การครอบงำ การตั้งค่าสำหรับงานที่ยาก อิสระและการปฐมนิเทศ) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงลึก นำไปสู่ข้อสรุปว่ามุมมองที่นำมาใช้กับความสำเร็จของผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เหล่านี้ (เช่นมุมมองอัตนัยระยะสั้น / ระยะยาวและมุมมองวัตถุประสงค์ระยะสั้น / ระยะยาว) มิติความสำเร็จในการสร้างแรงจูงใจของความยืดหยุ่นและการปกครอง พบว่ามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (จากมุมมองทั้งสี่แยกต่างหาก)

จากการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่า ดังนี้

ตาราง 2 การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพทาง ธุรกิจ	ปภพพล เต็มธีรกิจ (2555)	แวมมยุรา คำสุข และคณะ (2557)	Vicham Amarakul (2015)	ปัญญา จันทโคต และกุลธิดา ทวณสุข (2558)	สัมฤทธิ์ ศิริตะเนรรัตน์ และคณะ (2560)	อนิรัช แก้วจันท (2561)	ทักษัญญา สงายโยธิน (บทคัดย่อ, 2560)	วรพิทย์ มีมาก (บทคัดย่อ, 2560)	สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ (2562)	ทวิ วุฒะเกียรติศักดิ์ (2562)	ประภัสสร รังสิโรจน์ (บทคัดย่อ, 2563)	ทิปติ ทัพทกรธน์ และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2561)	ชุตติเดช มั่นคงธรรม และคณะ (2560)	กนกพัชร กอประเสริฐ และคณะ (2561)	มรกต กำแพงเพชร และคณะ (2562)	ธนิษฐารัตน์ พงศ์ปัญญา (2559)	ชนากานต์ บุญทอง และคณะ (2562)	รวม
ความสามารถ ทางธุรกิจ											✓				✓			2
บรรลุเป้าหมาย						✓												1
ความพึงพอใจ			✓													✓		2
พันธมิตรทาง ธุรกิจ							✓			✓		✓		✓	✓			5
การตัดสินใจ																		1
การวางแผน กลยุทธ์							✓		✓			✓	✓		✓		✓	6
การดำเนินงาน				✓	✓													2
ประสบการณ์ ทางธุรกิจ							✓		✓		✓	✓						4
นโยบาย สนับสนุน	✓					✓	✓			✓	✓							5
การเงิน							✓											1
นวัตกรรม							✓		✓			✓				✓		4
การเรียนรู้	✓											✓				✓		3
การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์		✓											✓			✓	✓	4
การตลาด							✓								✓			2

ตาราง 3 การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อ ประสิทธิผล ทางธุรกิจ	Schuh et al. (2015)	Dania et al. (2018)	Figueiredo and Franco (2018)	Martins de Resende et al (2018)	Staniewski and Awruk (2019)	Long et al (2018)	Lückmann and Feldmann (2017)	Kemayel (2015)	Hazudin et al. (2015)	Scott (2017).	Lee et al. (2007)	รวม
ความสามารถทางธุรกิจ								√	√			2
บรรลุป้าหมาย			√									1
ความพึงพอใจ										√		1
พันธมิตรทางธุรกิจ		√	√	√	√					√		5
การวางแผนกลยุทธ์											√	1
การดำเนินงาน											√	1
การเงิน								√		√		2
นวัตกรรม	√								√			2
การเรียนรู้									√			1
การบริหารทรัพยากรมนุษย์							√	√				2
การตลาด								√				1
นโยบายสนับสนุน						√						1

จากตาราง 2 และ 3 พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจที่มีความถี่เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้แก่ พันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ นโยบายภาครัฐ ประสพการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางธุรกิจ การเรียนรู้ บรรลุป้าหมาย ความพึงพอใจ การดำเนินงาน การเงิน การตลาด การตัดสินใจ มากำหนดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเมาในจังหวัดสกลนคร โดยกำหนดตัวแปรที่มีความถี่สูงสุดและสอดคล้องกับ

งานวิจัย ซึ่งประกอบด้วย พันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ นวัตกรรม การบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์ นโยบายภาครัฐ ประสิทธิภาพทางธุรกิจ การเรียนรู้ ความสามารถทาง
ธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวแปรมีความสอดคล้องกับงานวิจัยและบริบทของธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัด
สกลนคร โดยใช้เป็นตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจ
หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร ได้แบ่งการวิจัย ออกเป็น 4 ระยะคือ

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจ
หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก
หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าใน
จังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 4 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร

มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมาก เฒ่าในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาสภาพปัญหา
และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีรายละเอียด
ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากร คือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร ได้แก่ ผู้ปลูก ผู้แปรรูป ผู้ทำการตลาด และหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริม

1.2 กลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัด
สกลนคร จำนวน 35 คน ซึ่งคัดเลือกมาจากประชากรแบบเจาะจง ได้แก่ผู้ปลูก จำนวน 20

คน ผู้แปรรูป จำนวน 7 คน ผู้ทำการตลาด จำนวน 3 คน และตัวแทนหน่วยงานสนับสนุนส่งเสริม จำนวน 5 คน ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัย และมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ ดังนี้

1.2.1 คุณสมบัติของกลุ่มเป้าหมาย มีดังนี้

1) เป็นผู้มีประสบการณ์ในการปลูก การแปรรูป และการตลาดหมากเม่าหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามาไม่น้อยกว่า 3 ปี

2) เป็นผู้ที่อยู่ในหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมระบบธุรกิจหมากเม่าซึ่งมีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับหมากเม่าโดยตรงหรือต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 3 ปี

1.2.2 รายชื่อกลุ่มเป้าหมาย มีดังนี้

1) ผู้ปลูก

- 1.1) นางวิไลย กุดวงศ์แก้ว
- 1.2) นางกัลยา หาญภูมิ
- 1.3) นางลำไผ่ จักรพิมพ์
- 1.4) นายณรงค์ธร พจน์จำเนียร
- 1.5) นายเจริญชัย กิ่งพรหมภู
- 1.6) นายประจักษ์ รักภูแสน
- 1.7) นางสม ศรีกระรัตน
- 1.8) นางไสยา มะหา
- 1.9) นางลาวี เหล่าหวาน
- 1.10) นางทองเหรียญ เมฆเสนา
- 1.11) นายบำเพ็ญ แสงบุตร
- 1.12) นายทวินนท์ สุขกิจ
- 1.13) นายลำพงษ์ บุตรศรี
- 1.14) นายทรงศักดิ์ วรรณสาร
- 1.15) นายโมะระรา จิตรปรีดา
- 1.16) นางศุภรัตน์ ลาดบาศรี
- 1.17) นายมีชัย ตีมะการ
- 1.18) นางประรศ วิศรียา
- 1.19) นายพิศ แสนบุญมี
- 1.20) นางคำมา ไชยบุบผา

2) ผู้แปรรูป

2.1) นายกฤษฎา พชรเนตร

ห้างหุ้นส่วนจำกัดรัฐพงษ์ชัยพีช สาทิเอนด์ไวน์

2.2) นางบุญรัตน์ หรหมสาขา ณ สกลนคร

วิสาหกิจชุมชนโคกนาดีพัฒนา

2.3) นางแดงอ่อน ศรีมุกดา

กลุ่มเกษตรกรทำสวนกุตบาก(กลุ่มอินแปง)

2.4) นายคนพ วรรณวงศ์

ห้างหุ้นส่วนจำกัดวรรณวงศ์ฟรุ๊ตไวน์

2.5) นายเกษม จันทรไตร

สหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้าง จำกัด

2.6) นางมาลัย ไชยศรีหา

กลุ่มน้ำเมาภูพาน

2.7) นายเกรียงไกร นาคสวัสดิ์

ห้างหุ้นส่วนจำกัดสกลนครไวน์เนอรี่

3) ผู้ทำการตลาด

3.1) นางสาวอัจฉรา เพียรภาณุ

ร้านทองเวพันธุ์ไม้

3.2) นายคันธนู ศรีหนองห้าง

ร้านบัวคำ

3.3) นางพิมพ์นิภา ดาวศิริไพศาล

ศูนย์ของฝากหนองนาค

4. หน่วยงานสนับสนุนส่งเสริม

4.1) นายอดิสร เชื้อไทย

หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร

4.2) นายประสาธ ทัศคร

หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร

4.3) นางสาวสาวิตรี คำควร

นักวิชาการพาณิชยกรรมชำนาญการ

รักษาการหัวหน้ากลุ่มส่งเสริมการประกอบธุรกิจการค้า
และการตลาดพาณิชยกรรมจังหวัดสกลนคร

4.4) นายมานิตย์ อัครศักดิ์ศรี

หัวหน้างานจัดเก็บภาษี สาขาเมือง

สำนักงานสรรพสามิตจังหวัดสกลนคร

4.5) นายอัมพร ภูศรีฐาน

ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

อีสาน วิทยาเขตสกลนคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เกี่ยวกับสภาพปัญหา ความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหามาในจังหวัดสกลนคร ในประเด็นด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

3. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

3.1 ร่างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหามาในจังหวัดสกลนคร ในประเด็นด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริม ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับกรอบแนวคิด

3.2 นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหามาในจังหวัดสกลนคร ที่สร้างขึ้นปรึกษากับคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาในขั้นต้น

3.3 นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาไปปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.4 นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหามาในจังหวัดสกลนครที่ผ่านการพิจารณาจาก

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไปปรับปรุงแก้ไขไปหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity)

3.5 นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน ตรวจสอบโดยพิจารณาความถูกต้องด้านการใช้ภาษา ความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ ของงานวิจัย และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ โดย ผู้เชี่ยวชาญจะต้องประเมินความสอดคล้อง 3 ระดับ ดังนี้

- 1 = สอดคล้อง
- 0 = ไม่แน่ใจ
- 1 = ไม่สอดคล้อง

โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเพื่อหาค่าความสอดคล้องและความตรงกับสิ่งที่ ต้องการจะวัด คือ ค่า IOC (Index of Items-Objectives Congruence) ซึ่งพิจารณาจากค่า IOC ที่มากกว่า 0.50 ขึ้นไป โดยผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์เรื่องหมากเม่าไม่น้อยกว่า 5 ปี เพื่อพิจารณาค่าความ สอดคล้อง จำนวน 7 คน ประกอบด้วย

3.5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

3.5.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละมัย รมเย็น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

3.5.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

3.5.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรเรศ เมตตะธำรง คณะอุตสาหกรรม และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

3.5.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ เหลาลาภะ คณะทรัพยากร ธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

3.5.6 นายคนพ วรณวงศ์ นายกสมาคมหมากเม่าสกลนคร

3.5.7 นายต้นเฒ่า พันธนิติ เลขาธิการสมาคมหมากเม่าสกลนคร

3.6 นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับสภาพปัญหา และความ ต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเม่าในจังหวัดสกลนคร เสนอคณะกรรมการที่ปรึกษา

วิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบก่อนจัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ขอนหนังสือราชการจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลในประเด็นสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

4.2 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับคณะกรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร เพื่อยืนยันข้อมูลจากประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยกำหนดถึงสภาพปัญหา และความต้องการในการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 35 คน และจากการสนทนากลุ่มร่วมกับคณะกรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร จำนวน 9 คน มาสร้างข้อสรุปจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยพิจารณาข้อมูลที่ทำให้ความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกัน หรือมีทิศทางเดียวกันเรียงเรียงมาสร้างเป็นข้อสรุป

ระยะที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยะที่ 2 นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสกลนคร ปี 2564 จำนวน 876,213 คน คน (สำนักงานงานจังหวัดสกลนคร, 2564, หน้า 59-60)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า โดย
คำนวณสัดส่วนตามสูตรคำนวณตัวอย่าง Taro Yamane ได้จำนวน 400 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้คำนวณสัดส่วนตามสูตรคำนวณ
ตัวอย่าง Taro Yamane โดยการสุ่มตัวอย่างของกลุ่ม กรณีทราบจำนวนประชากรที่
แน่นอน (Finite population) ใช้ สูตร ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973 p. 125) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร
 e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{876,213}{1 + 876,213 \times (0.05)^2} \\ &= \frac{876,213}{1+2,190.53} \\ &= \frac{868,102}{2,191.53} \\ &= 399.82 \\ &= 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

1.3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในกลุ่มตัวอย่าง
ที่เคยซื้อหรือเคยบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า น้ำหมากเฒ่าหรือไวน์หมากเฒ่า ใน
ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2564–31 มกราคม 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

มีลักษณะแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้รวมต่อเดือนภายในครอบครัว ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคาผลิตภัณฑ์ 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) การส่งเสริมการตลาด โดยทุกตัวแปรมีลักษณะเป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยด้วยการหาความตรง (validity) และความเชื่อมั่น (reliability) ดังนี้

3.1 ศึกษาจากการสังเคราะห์ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะ และสร้างแบบสอบถาม

3.2 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องคำนิยามศัพท์เฉพาะของทุกตัวแปร

3.3 นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน ชัดเกี่ยวกับการวิจัย
ระยะที่ 1 ตรวจสอบโดยพิจารณาความถูกต้องด้านการใช้ภาษา ความเหมาะสมของ
แบบสอบถามงานวิจัย และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ โดย
ผู้เชี่ยวชาญจะต้องประเมินความสอดคล้อง 3 ระดับ ดังนี้

1 = สอดคล้อง

0 = ไม่แน่ใจ

-1 = ไม่สอดคล้อง

3.4 การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความ
สอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า
ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective
Congruence–IOC) โดยมีเกณฑ์การประเมินความตรงเชิงเนื้อหา คือ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50
ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ ใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

R = ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับ
ความสอดคล้อง

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ทุกข้อ
ตั้งแต่ 0.50 ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพที่ยอมรับได้ (ดูภาคผนวก)

3.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับผู้บริโภคมลิตภัณฑ์แปรรูป
จากหมากเฒ่า จำนวน 30 คน

3.6 การตรวจสอบหาค่าอำนาจการจำแนกข้อคำถามโดยหาค่า Corrected
Item–Total Correlation ทุกข้อได้ค่าอำนาจจำแนก ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป เป็นระดับค่าอาจ
จำแนกที่ยอมรับได้

3.7 การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามแต่ละปัจจัย โดย
หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient of Alpha) มีค่าอยู่ระหว่าง
0.818–0.945

3.8 นำแบบสอบถามที่มีความตรงและความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้แล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและใช้ผู้ช่วยนักวิจัยที่มีความรู้ความเข้าใจในแบบสอบถามเป็นอย่างดีแล้ว ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเวลา ระหว่างเดือนมกราคม 2565 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2565

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

5.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) ของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (แบบสอบถาม ตอนที่ 1)

5.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร (แบบสอบถาม ตอนที่ 2) กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (ประคอง กรรณสูต, 2535, หน้า 77) ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	ระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับมาก
2.50 – 3.49	ระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับน้อย
1.00 – 1.49	ระดับน้อยที่สุด

5.3 คำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร สรุปออกมาเป็นเนื้อหาประเด็นข้อมูลประกอบการวิจัย

ระยะที่ 3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าใน จังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยะที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยตามระยะที่ 3 คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในระบบธุรกิจหมากเฒ่าจากทะเบียนของสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร ได้แก่ ผู้ปลูกจำนวน 83 คน ผู้แปรรูป จำนวน 14 คน ผู้ทำการตลาด จำนวน 3 คน รวมจำนวน 100 คน (สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร, 2564, หน้า 7)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เลือกจากประชากร โดยคำนวณสัดส่วนตามสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane ได้จำนวน 80 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้คำนวณสัดส่วนตามสูตรคำนวณตัวอย่าง Taro Yamane โดยการสุ่มตัวอย่างของกลุ่ม กรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) ใช้ สูตร ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973 p. 125) ดังนี้

สูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{100}{1 + 100 \times (0.05)^2}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{100}{1+0.25} \\
 &= \frac{100}{1.25} \\
 &= 80
 \end{aligned}$$

1.3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

โดยวิธีการจับฉลาก จำนวน 80 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

มีลักษณะแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

3.1 ศึกษาจากการสังเคราะห์ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดคำนิยามศัพท์เฉพาะ และสร้างแบบสอบถาม

3.2 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องคำนิยามศัพท์เฉพาะของทุกตัวแปร

3.3 นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน ชัดเดียวกับการวิจัย
ระยะที่ 1 ตรวจสอบโดยพิจารณาความถูกต้องด้านการใช้ภาษา ความเหมาะสมของแบบ
สอบ ถามงานวิจัย และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคำนิยามศัพท์เฉพาะ โดย
ผู้เชี่ยวชาญจะต้องประเมินความสอดคล้อง 3 ระดับ ดังนี้

1	=	สอดคล้อง
0	=	ไม่แน่ใจ
-1	=	ไม่สอดคล้อง

3.4 การหาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยหาค่าดัชนีความ
สอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า
ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective
Congruence–IOC) โดยมีเกณฑ์การประเมินความตรงเชิงเนื้อหา คือ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50
ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ ใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ
วัตถุประสงค์

R = ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญใน
แต่ละระดับความสอดคล้อง

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ทุกข้อตั้งแต่
0.50 ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพที่ยอมรับได้ (ดูภาคผนวก)

3.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มทดลองซึ่งเป็นกลุ่มที่มี
ลักษณะคล้ายคลึง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน

3.6 การตรวจสอบหาค่าอำนาจการจำแนกข้อคำถามโดยหาค่า Corrected
Item–Total Correlation ทุกข้อได้ค่าอำนาจจำแนก ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป เป็นระดับค่าอา
นาจการจำแนกที่ยอมรับได้

3.7 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแต่ละปัจจัย โดยหา
ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient of Alpha) มีค่าอยู่ระหว่าง
0.804–0.956

3.8 นำแบบสอบถามที่มีความตรงและความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้แล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและใช้ผู้ช่วยนักวิจัยที่มีความรู้ความเข้าใจในแบบสอบถามเป็นอย่างดีแล้ว ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงเวลา ระหว่างเดือน มกราคม 2565 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2565

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

5.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) ของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (แบบสอบถาม ตอนที่ 1)

5.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของระบบธุรกิจมากเม่าในจังหวัดสกลนคร (แบบสอบถาม ตอนที่ 2) กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (ประคอง กรรณสูต, 2535, หน้า 77) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจมากเม่าในจังหวัดสกลนคร

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	ระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับมาก
2.50 – 3.49	ระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับน้อย
1.00 – 1.49	ระดับน้อยที่สุด

5.3 การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจมากเม่าในจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation) หรือค่า r ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปร 2 ตัวความสัมพันธ์ระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ คือ $2r = \pm R(2.36)$ โดยค่า r มีขอบเขตตั้งแต่ -1 ถึง $+1$ หากค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงแบบผกผันกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแปร

หนึ่งมีค่ามากขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าลดลง แต่หากค่า r มีค่าเข้าใกล้ $+1$ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงแบบตามกัน กล่าวคือ เมื่อตัวแปรหนึ่งมีค่ามากขึ้น อีกตัวแปรหนึ่งจะมีค่าเพิ่มขึ้นด้วย แต่หากค่า r เท่ากับ 0 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง หากคำนวณค่า r จาก R^2 แล้ว จะต้องพิจารณาเครื่องหมายของ b_1 เป็นหลัก หาก b_1 มีเครื่องหมายเป็นบวก ค่า r จะมีเครื่องหมายเป็นบวกเช่นกัน หาก b_1 มีเครื่องหมายเป็นลบ ค่า r จะมีเครื่องหมายเป็นลบ

5.4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระที่มากกว่าหนึ่งตัวแปร การเพิ่มตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องเข้าในการวิเคราะห์จะทำให้ความถูกต้องของการวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้นและค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของตัวประมาณค่า (Standard Error of Estimates) ลดลง สำหรับกรณีที่มีตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม สมการถดถอยสามารถเขียนได้ดังนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \dots + \epsilon_i$$

โดย Y_i หมายถึง ค่าของตัวแปรตามในการเก็บข้อมูลครั้งที่ i

β_0 หมายถึง ค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามที่ตัวแปรอิสระทั้งสองมีค่าเป็นศูนย์

β_i หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของ X_i

ϵ_i หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนในการเก็บข้อมูลครั้งที่ i

ทั้งนี้ ค่า β_i เป็นค่าความคาดหวังของ Y ที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อ X_i เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าเท่าเดิม โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเข้าตัวแปรอิสระแบบ Enter ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.5 คำนวนหาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร สรุปออกมาเป็นเนื้อหาประเด็นข้อมูลประกอบการวิจัย

ระยะที่ 4 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า ในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยในระยะที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยการกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ดำเนินการโดยนำข้อมูลที่วิเคราะห์จากการวิจัยระยะที่ 1 ระยะที่ 2 และระยะที่ 3 มาสังเคราะห์เพื่อกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ระยะที่ 4.1 การดำเนินการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบ ธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากรคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย ผู้ปลูก จำนวน 83 คน ผู้แปรรูป จำนวน 14 คน ผู้ทำการตลาด จำนวน 3 คน รวมจำนวน 100 คน (สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร, 2564, หน้า 7) ตัวแทนจากหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง จำนวน 5 คน และนักวิชาการที่ทำงานวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับหมากเฒ่า จำนวน 5 คน รวมทั้งหมด 110 คน

1.2 กลุ่มเป้าหมายคัดเลือกจากประชากรแบบเจาะจง ได้แก่ กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร จำนวน 9 คน ผู้ปลูกหรือเกษตรกรจำนวน 10 คน หน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริม จำนวน 5 คน นักวิชาการจำนวน 5 คน รวม 29 คน โดยยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัย และมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ ดังนี้

1.2.1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปลูก การแปรรูป และการจัดจำหน่ายหมากเฒ่าหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามาไม่น้อยกว่า 3 ปี

1.2.2 ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมหมากเฒ่า และที่เป็นนักวิชาการที่ทำงานวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับหมากเฒ่าโดยมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าโดยตรงหรือต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 3 ปี

รายชื่อกลุ่มเป้าหมายมีดังต่อไปนี้

- 1) นายคนพ วรรณวงศ์ นายกสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร

- 2) นายมีชัย ตีมะการ กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่า
- 3) นายธวัชชัย กุณวงศ์ กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่า
- 4) นายเกษม จันทร์ไตร กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่า
- 5) นายมิตรศักดิ์ พรหมสุภา กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่า
- 6) นายกฤษฎา พิชเรนทร กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่า
- 7) นางอรทัย ชันธแก้ว กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่า
- 8) นายเกรียงไกร นาคสวัสดิ์ กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่า
- 9) นายต้นเฒ่า พันธนิติ เลขาธิการสมาคมหมากเฒ่า
- 10) นางกัลยา หาญภูมิ เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 11) นางศุภารัตน์ ลาตบาศรี เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 12) นางสาวโสมธิดา สุวรรณเก เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 13) นางประรส วิศรียา เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 14) นายโมะระ จิตรปรีดา เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 15) นางแดงอ่อน ศรีมุกดา เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 16) นายลำพงษ์ บุตรศรี เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 17) นางมาลัย ไชยศรีหา เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 18) นายพิศ แสนบุญมี เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 19) นางคำมา ไชยบุปผา เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 20) นางรุ่งนภา นันวิจิตร สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร
- 21) นายอดิสร เชื้อไทย สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร
- 22) นายอาทิตย์ มาดศรี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร
- 23) นางสาวเปรมฤดี สมแสน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสกลนคร
- 24) นางเกศินี พวงประดิษฐ์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร
- 25) ผศ.ดร.สุดาร์ตน์ สกุลคู นักวิชาการที่ปรึกษาสมาคมหมากเฒ่า

สกลนคร ข้าราชการบำนาญ

- 26) ดร.สุจิตรา เจาะจง นักวิชาการสังกัดสาขาวิชาพืชศาสตร์

คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

27) ผศ.ดร.สุกัญญา สายธิ นักวิชาการสังกัดสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร

28) ดร.รุ่งกานต์ บุญนาถกร นักวิชาการสังกัดสาขาเทคโนโลยีการอาหาร คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติสกลนคร

29) ผศ.เรืองฤทธิ์ หาญมนตรี นักวิชาการสังกัดสาขาวิชาธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ใช้การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยการใช้การจัดบันทึกสรุปผลการประชุม การถ่ายภาพ และการบันทึกเสียง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 29 คน กุมภาพันธ์ 2565-มีนาคม 2565 โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งได้นำข้อมูลจากการวิจัยในระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครและข้อมูลจากการวิจัยในระยะที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร และการวิจัยในระยะที่ 3 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มาเสนอในที่ประชุม โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 กำหนดกรอบประเด็น และรายละเอียดประกอบการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

3.2 นำข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมาวิเคราะห์สังเคราะห์ในการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 3.2.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการผลิต
- 3.2.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการแปรรูป
- 3.2.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการตลาด
- 3.2.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 4.2 การยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้คือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเฒ่าจากทะเบียนสมาชิกและเครือข่ายของสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร ได้แก่ ผู้ปลูก จำนวน 83 คน ผู้แปรรูป จำนวน 14 คน ผู้ทำการตลาดจำนวน 3 คน รวมจำนวน 100 คน (สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร, 2564, หน้า 7) ตัวแทนหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมภาคี จำนวน 5 คน และนักวิชาการ จำนวน 5 คน รวมทั้งหมด 110 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในระบบธุรกิจหมากเฒ่าจากประชากรแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ตัวแทนหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริม จำนวน 5 คน นักวิชาการ จำนวน 3 คน ตัวแทนกรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนครจำนวน 2 คน ตัวแทนผู้ปลูก จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการแปรรูป จำนวน 2 คน ผู้ทำการตลาด จำนวน 1 คน รวม 15 คน ซึ่งเป็นผู้ยินดีให้ความร่วมมือในการวิจัย

1.2.1 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปลูก การแปรรูป และทำการตลาดหมากเฒ่าหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามาไม่น้อยกว่า 3 ปี

1.2.2 ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการและเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมหมากเฒ่า ที่มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าโดยตรงหรือต่อเนื่อง ไม่น้อยกว่า 3 ปี

ซึ่งมีรายชื่อดังนี้

- 1) นางเอี่ยมพร ลือรินทร์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสกลนคร
- 2) นายอดิสร เชื้อไทย หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร
- 3) นายอาทิตย์ คำศรี นักวิชาการพัฒนาชุมชน
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร
- 4) นางเกศินี พวงประดิษฐ์ พาณิชย์จังหวัดสกลนคร
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร
- 5) นายดลจินดา โมธรรม ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร
สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร
- 6) ดร.สุจิตรา เจาะจง อาจารย์สาขาวิชาพืชศาสตร์
คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตสกลนคร
- 7) ดร.รุ่งกานต์ บุญนาถกร อาจารย์สาขาเทคโนโลยีการอาหาร
คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติสกลนคร
- 8) ผศ.เรืองฤทธิ์ หาญมนตรี อาจารย์สาขาวิชาธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- 9) นายคนพ วรรณวงศ์ นายกสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร
- 10) นายต้นเฒ่า พันธนิติ เลขาธิการสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร
- 11) นางประรศ วิศรียา เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 12) นางอรทัย ชันธแก้ว เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า
- 13) นายเกรียงไกร นาคสวัสดิ์ ผู้ประกอบการแปรรูป
- 14) นายเกษม จันทรไทร ผู้ประกอบการแปรรูป
- 15) นางสาวโสมธิดา สุวรรณเก ผู้ทำการตลาด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เป็นแบบสอบถามเพื่อประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของข้อเสนอเชิงนโยบาย (Index of Item Objective Congruence–IOC)

3. การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินการดังนี้

3.1 ร่างแบบสอบถามที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับกรอบแนวคิด ที่ผู้วิจัยออกแบบไว้จากข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

3.2 นำแบบสอบถามทั้งสองชุดที่สร้างขึ้นปรึกษากับคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาในขั้นต้น

3.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไปปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพื่อยืนยันโดยประเมินความสอดคล้องของข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2565–เดือนมิถุนายน 2565

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มาสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้วยแบบสอบถามเพื่อการประเมินความเหมาะสมจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อยืนยันเพื่อนำสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 นำข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ตามกรอบประเด็นต่าง ๆ โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

5.2 นำแบบสอบถามยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ที่เก็บรวบรวมมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยผู้เชี่ยวชาญ จะต้องประเมินความสอดคล้อง 3 ระดับ ดังนี้

1	=	สอดคล้อง
0	=	ไม่แน่ใจ
-1	=	ไม่สอดคล้อง

5.3 การหาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of item Objective Congruence-IOC) โดยมีเกณฑ์การประเมินความตรงเชิงเนื้อหา คือ ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ ใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

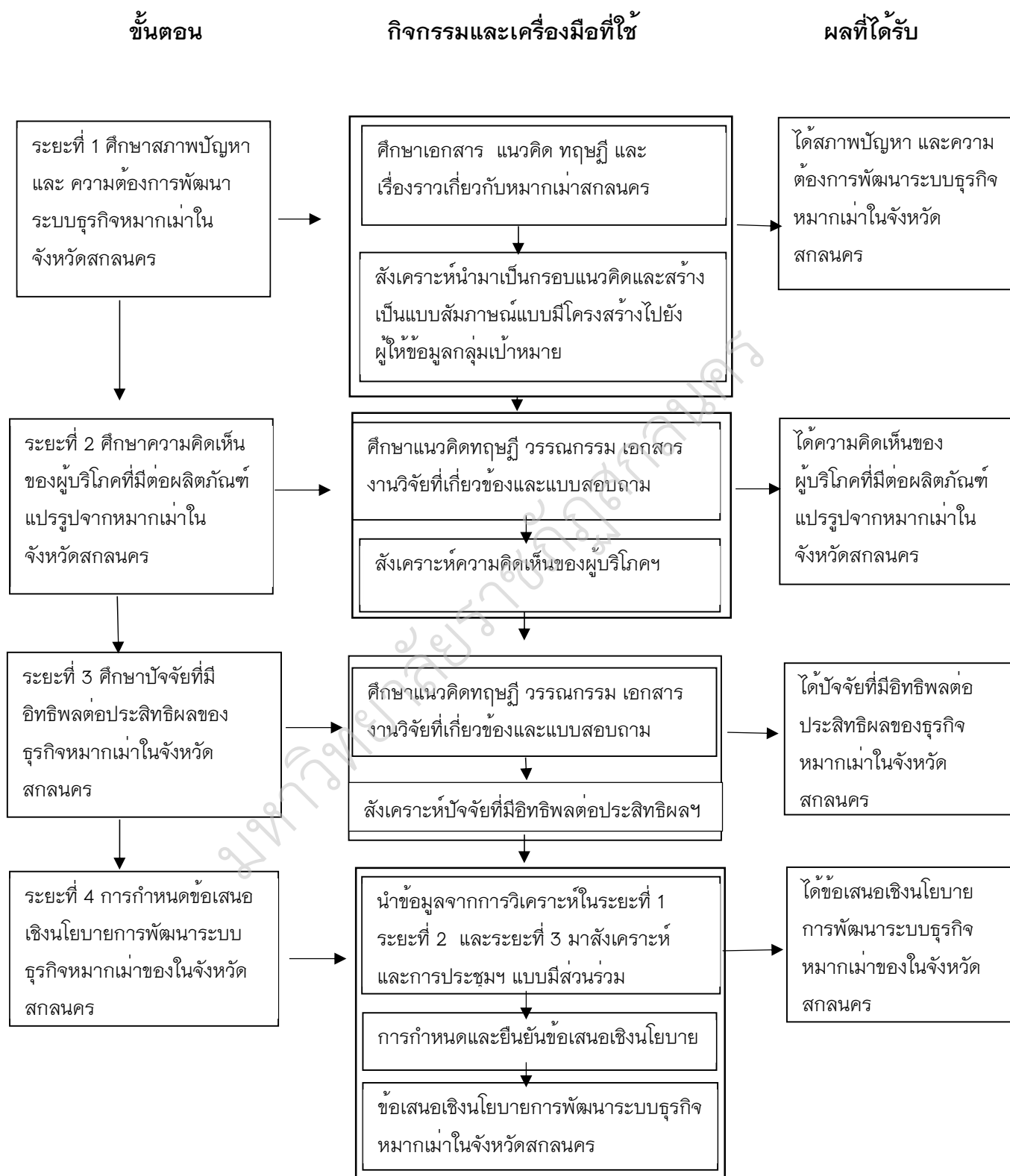
IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ
วัตถุประสงค์

R = ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญใน
แต่ละระดับความสอดคล้อง

$$n = \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด}$$

ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ทุกข้อตั้งแต่ 0.50 ซึ่งถือว่าเกณฑ์ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าสกลนคร มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ อยู่ถือว่าใช้ได้

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบขั้นตอนการดำเนินการวิจัยข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ตามภาพประกอบ 3 ดังนี้



ภาพประกอบ 2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครครั้งนี้ ขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 4 ผลการกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ผลการศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วยสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาในด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

1.1 สภาพปัญหาด้านการผลิตหมากเฒ่าของระบบธุรกิจหมากเฒ่า

สภาพปัญหาด้านการผลิต มีทั้งหมด 9 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1.1.1 ปัญหาหมากเฒ่าไม่ติดผลและผลร่วง เนื่องจากสภาพภูมิอากาศแปรปรวนทำให้หมากเฒ่าไม่ติดผล ซึ่งหากฝนมาเร็วในช่วงออกดอกจะทำให้ดอกร่วงได้แต่

ถ้าฝนมาช้ำก็จะทำให้ผลร่วง โดยหมากเฒ่าจะออกดอกในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน และติดผลต่อมาในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคม ซึ่งระยะเวลาผันแปรตามปริมาณและการกระจายของฝน ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ปลูกหมากเฒ่าเป็นสวนแบบเชิงเดี่ยว ปัญหาที่พบคือหมากเฒ่าไม่ให้ติดผลติดต่อกันมาสองสามปี เนื่องจากสภาพดินฟ้าอากาศแปรปรวนมาก ฤดูฝนฝนไม่ตกตรงเวลา ทำให้ส่งผลกระทบต่อ การออกดอกและการติดผลของหมากเฒ่าไม่ได้ผลผลิตตามที่ ต้องการ...”

(พิศ แสนบุญมี, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 3 หมากเฒ่าไม่ติดผลเต็มที่



ภาพประกอบ 4 ผลหมากเฒ่าร่วง

1.1.2 ปัญหาศัตรูพืชทำลายต้นและผลหมากเฒ่า การปลูกหมากเฒ่า ในช่วงระยะเวลา 3 ปีแรกมักมีศัตรูพืชเข้ามาทำลาย เนื่องจากลำต้นของหมากเฒ่ายังไม่แข็งแรง จึงมีหนอนเจาะลำต้น หรือมีแมลงต่าง ๆ ที่เข้าทำลายต้นหมากเฒ่าได้ง่าย อีกทั้งเมื่อหมากเฒ่าออกผลสุกก็มักมีนกมากินผลหมากเฒ่าที่สุกดังก่อน ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ได้ปลูกหมากเฒ่า ในพื้นที่ 2 ไร่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ใช้วิธีการปลูกตามธรรมชาติปลูกผสมผสานแซมกับไม้ผลชนิดอื่น มีปัญหาการปลูกคือต้นหมากเฒ่ามักจะเหี่ยวตายเนื่องจากมีหนอนเจาะกินต้นหมากเฒ่า...”

(กัลยา หาญภูมิ, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...หมากเฒ่าเป็นพืชที่ต้องดูแลรักษาอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ได้ผลผลิตและเมื่อมีผลผลิตก็ต้องระวังปัญหาเรื่องนกที่ชอบจะจิกกินผลดังก่อน อีกด้วย...”

(โมศะรา จิตรปรีดา, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 5 หนอนเจาะกิ่งก้านหมากเฒ่า



ภาพประกอบ 6 การดักนกที่มากินลูกหมากเฒ่าที่สุกดำ

1.1.3 ปัญหาในการเก็บผลหมากเฒ่าสุกในช่วงระยะเวลาที่สั้น โดยหมากเฒ่ามีช่วงเวลาที่ผลสุกพร้อมกันในเวลาสั้น ๆ ประมาณเดือน สิงหาคม-กันยายน ทำให้ผู้ปลูกต้องใช้แรงงานเร่งรีบเก็บเกี่ยวซึ่งหากไม่สามารถเก็บเกี่ยวได้ทันก็จะทำให้สูญเสียผลหมากเฒ่าไป และต้องใช้ความระมัดระวังในการเก็บผลผลิต ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...การเก็บเกี่ยวลูกหมากเฒ่า ต้องรีบเก็บเกี่ยวหมากเฒ่าไม่เช่นนั้นผลจะร่วงหล่นเสียหายจึงต้องระดมจ้างแรงงานมาเก็บลูกหมากเฒ่าในทันช่วงเวลาที่สุก...”

(คำมา ไชยบุปผา, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...หมากเฒ่า มีช่วงเวลาในสุกดำระยะสั้น ๆ ต้องรีบเก็บเกี่ยว ต้องใช้การเก็บที่ต้องระมัดระวัง เพราะกิ่งหมากเฒ่าเปราะ หักได้ง่าย...”

(ทรงศักดิ์ วรสาร, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 7 การเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่าในช่วงเวลาที่สั้น

1.1.4 ปัญหาผลหมากเฒ่าไม่สุกด้าพร้อมกันในช่อหรือในต้น เนื่องจากการปลูกลูกหมากเฒ่าโดยไม่มีการคัดเลือกสายพันธุ์ที่ดี ซึ่งหมากเฒ่าที่ไม่ได้มีการคัดสายพันธุ์ที่ดี เมื่อออกผลมักจะสุกด้าไม่พร้อมกันเป็นหมากเฒ่าด้าแดงในช่อผล หรือผลด้าร่วงก่อนดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ได้ปลูกลูกหมากเฒ่าในช่วงที่ยังไม่มีการรวบรวมสายพันธุ์ดี จึงได้ผลผลิตลูกหมากเฒ่าด้าแดง ไม่สุกด้าพร้อมกันในช่อทำให้ต้องรีบเก็บเกี่ยว โดยจำเป็นต้องเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่าสุกด้าแดงประมาณ 30-50% และขายในที่ราคาถูก...”

(ทวิพันธ์ สุขกิจ, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...ปลูกลูกหมากเฒ่าในยุคแรก ๆ ที่ได้รับการส่งเสริมจากอินแปง ซึ่งมีทั้งหมากเฒ่าที่มีการปลูกลูกจากเมล็ด ซึ่งยังไม่มี การเสียบยอดเอาพันธุ์ดีมาใส่เป็นต้นพันธุ์ ทำให้ได้ผลผลิตที่มีความหลากหลายคุณภาพผลไม่สุกด้าทั้งช่อ...”

(บำเพ็ญ แสงบุตร, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 8 ผลหมากเฒ่าที่ไม่สุกด้าทั้งช่อ

1.1.5 ปัญหาข้อจำกัดในการรับซื้อผลหมากเฒ่าผลแดงของโรงงานแปรรูปใน จังหวัดสกลนคร เนื่องจากผลหมากเฒ่าแดงมีรสชาติเปรี้ยวไม่เหมาะที่จะนำมาแปรรูปเป็น น้ำผลไม้และไวน์ที่ต้องการผลสุกค้ำารรสชาติหวาน ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ทางโรงงานไม่สามารถรับซื้อผลหมากเฒ่าแดงจากทางเกษตรกรได้ทั้งหมด ต้องเลือกผลหมากเฒ่าที่มีผลสีด้าแดงในช่อผล หรือด้าล้วน เนื่องจากการแปรรูปเป็นน้ำ ผลไม้หรือไวน์ต้องใช้ผลหมากเฒ่าสีด้าที่มีคุณภาพเป็นหลักถึงเหมาะกับการทำผลิตภัณฑ์ที่ มีรสชาติที่ดี...”

(กฤษฎา พืชเนตร, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...ไปส่งผลหมากเฒ่าให้โรงงานแปรรูป เขาไม่รับซื้อผลหมากเฒ่าแดง ล้วน ๆ จะต้องมีผลด้า อย่างด้าครึ่งหนึ่งเขาถึงจะรับซื้อ...”

(ทองเหรียญ เมฆเสนา, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 9 หมากเฒ่าสุกไม่พร้อมกันมีสีไม่สม่ำเสมอ

1.1.6 ปัญหาการไม่ได้ตัดหมากเมาสายพันธุ์ดีมาปลูก ทำให้ได้ผลผลิตที่ปลูกไม่มีคุณภาพ ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ปลูกหมากเมาโดยไม่ได้ตัดสายพันธุ์มาปลูก ทำให้ได้ผลผลิตไม่ค่อยดีมีคุณภาพผลหมากเมาที่ได้ส่วนใหญ่จะเป็นดำแดงช่อไม่แน่น ซึ่งขายให้โรงงานก็ไม่ได้ราคาเกรดสูง จึงมีความคิดจะปรับปรุงสวนโดยเอาหมากเมาพันธุ์ดีผลดำ ช่อแน่นมาปลูกเพิ่มเติม...”

(ลำไย จักรพิมพ์, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...ไม่มีรายได้จากหมากเมามาเกือบสองสามปี เนื่องจากสายพันธุ์ที่ปลูกเป็นพันธุ์พื้นบ้าน ไม่ค่อยจะติดผลผลิต ...”

(ลำพอง บุตรศรี, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...เป็นเกษตรกรผู้ปลูกหมากเมาในยุคแรก ใช้หมากเมาพื้นบ้านเป็นต้นพันธุ์ปลูกแล้วให้ผลผลิตไม่ดี มีแต่ลูกแดง ไม่ลูกดำ...”

(ลาวี เหล่าหวาน, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 10 ต้นหมากเมาพันธุ์พื้นบ้านให้ผลผลิตคุณภาพไม่ดี

1.1.7 ปัญหาในการเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่า ต้นหมากเฒ่ามีลำต้นที่สูง มีลักษณะกิ่งที่เปราะหักได้ง่ายต้องใช้ความระมัดระวังในการเก็บเกี่ยวผลผลิต โดยการใช้การปีน หรือการพาดบันไดเพื่อเก็บผลหมากเฒ่า ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...การเก็บเกี่ยวลูกหมากเฒ่า ต้องใช้ประสบการณ์และความระมัดระวังในการเก็บผลหมากเฒ่า เพราะจะต้องปีนต้นหมากเฒ่าที่สูงและมีกิ่งเปราะหักได้ง่ายทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการเก็บหมากเฒ่า ยิ่งต้นหมากเฒ่าโบราณที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ที่มีลำต้นใหญ่สูงมากยิ่งต้องใช้ระวังมากเป็นพิเศษในการเก็บผลหมากเฒ่า...”

(ไสยา มหา, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...มีหมากเฒ่าที่ปลูกและหมากเฒ่าที่เกิดขึ้นเองตามบ้านเรือน หรือหัวไร่ปลายนาซึ่งจะมีลำต้นสูง การเก็บเกี่ยวอันตรายต้องใช้ความชำนาญในการเก็บผล...”

(เจริญชัย กิ่งพรหมภู, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 11 ความเสี่ยงในการเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่า

1.1.8 ปัญหาการขาดความรู้ในการปลูกและดูแลรักษา ผู้ปลูกหมากเฒ่าขาดความรู้และความเข้าใจในการปลูกและดูแลรักษาหมากเฒ่าให้เจริญเติบโต ดังคำกล่าวที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ปลูกหมากเฒ่าตามภูมิปัญญาไม่ได้ดูแลใส่ใจมากมาย เนื่องจากเป็นพืชพื้นบ้านมีอยู่ทั่วไปหมู่บ้าน และเมื่อมาปลูกเพิ่มเติมเพื่อส่งโรงงานแปรรูปก็ไม่ได้มีความรู้อะไรเพิ่มเติมในการที่จะทำให้หมากเฒ่าเจริญเติบโตให้ได้ผลผลิตดี ๆ...”

(ประจักษ์ รักภูเสน, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

“...ไม่มีความรู้ในการปลูกและดูแลหมากเฒ่าให้เจริญเติบโตและได้ผลผลิตที่มีคุณภาพมีผลสุกดำและไม่ร่วงที่ขายให้ได้ราคาดี...”

(สม ศรีกระรัตน์, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

1.1.9 ปัญหาการขาดเทคนิควิธีการจัดการให้ได้ผลผลิตที่ดี ผู้ปลูกหมากเฒ่าขาดเทคนิควิธีในการที่จะทำให้ผลผลิตของหมากเฒ่ามีคุณภาพสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“... ปัญหาการผลิตที่พบจากที่ปลูกหมากเฒ่ามาคือหมากเฒ่าไม่ติดผล ขาดความรู้ในการในการปลูกดูแลหมากเฒ่าให้เจริญเติบโตให้ได้ผลที่ดีทุก ๆ ปี สม่ำเสมอ เนื่องจากตัวเองมีอายุมากปลูกหมากเฒ่าก็ปลูกไปตามภูมิปัญญาและทำตามเครือข่ายโรงงานที่รับซื้อแนะนำมา...”

(วิไลย กุดวงศ์แก้ว, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 12 โรดแมลงทำลายหมากเฒ่า

สรุปได้ว่าสภาพปัญหาด้านการผลิตหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร ผู้ผลิตหรือผู้ปลูกคือ ความรู้เทคนิควิธีการปลูกไม่เพียงพอหรือเหมาะสมกับฤดูกาล และขาดเทคนิคการดูแลรักษาหมากเฒ่าให้ติดผลและมีคุณภาพดีสม่ำเสมอ รวมทั้งยังมีการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดั้งเดิมไม่มีการคัดเลือกสายพันธุ์ที่ดี อีกทั้งการปลูกหมากเฒ่าในช่วงระยะแรกมักจะมีศัตรูพืชเข้าทำลายมาก การเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่ามีความเสี่ยงและอันตราย

1.2 สภาพปัญหาด้านการแปรรูปหมากเฒ่าของระบบธุรกิจหมากเฒ่า

สภาพปัญหาด้านการแปรรูป มีทั้งหมด 5 ประเด็น ประกอบด้วย
ดังต่อไปนี้

1.2.1 ปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียน ผู้ประกอบการแปรรูปส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนจำกัดทำให้ไม่สามารถรับซื้อวัตถุดิบผลหมากเฒ่าจากเกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่าและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการแปรรูปได้เพียงพอ เช่น ขวดแก้ว น้ำตาล สารเคมี เป็นต้น ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นผู้แปรรูปที่รวมกลุ่มเป็นสหกรณ์การเกษตร ปัญหาที่พบคือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการแปรรูป ในการจัดซื้อวัตถุดิบ หรือขวดแก้ว ทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้คล่องตัว เนื่องจากสหกรณ์ฯ มีหนี้สินที่สืบท่อมาจากการจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อที่สะสมมาจากในอดีต ซึ่งหากได้รับเงินทุนกู้ยืมก็จะทำให้สามารถหมุนเวียนธุรกิจได้ดีขึ้นแก้ปัญหาในการประกอบกิจการได้...”

(เกษม จันทรไตร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

“...เป็นผู้แปรรูปที่เป็นธุรกิจส่วนตัวแบบห้างหุ้นส่วนที่ผลิตน้ำผลไม้และไวน์จากหมากเมาซึ่งมีการตลาดที่พอไปได้ โดยมีร้านจำหน่ายสินค้าของตัวเองที่โรงงาน และจุดจำหน่ายที่ได้ฝากของจำหน่ายหลายจุด ปัญหาที่พบคือไม่สามารถรับซื้อวัตถุดิบจากผู้ปลูกหรือเกษตรกรได้มากพอ เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนที่จำกัด...”

(เกรียงไกร นาคสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 13 ผลหมากเมารรอจำหน่าย

1.2.2 ปัญหาขาดเครื่องจักรหรือเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการแปรรูปส่วนใหญ่ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิต ใช้แรงงานคนในการแปรรูป ตั้งแต่การคัดแยกวัตถุดิบ การแปรรูป ทำให้มีปัญหาด้านกำลังการผลิต ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นผู้ปลูกและผู้แปรรูปน้ำหมากเมาโดยส่วนใหญ่จะใช้แรงงานคน ในการดำเนินกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการคัดแยกวัตถุดิบ การแปรรูป ทำให้มีข้อจำกัดในการผลิตไม่สามารถรับวัตถุดิบมาแปรรูปได้จำนวนมาก ๆ....”

(มาลัย ไชยศรีหา, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

“...เป็นโรงงานแปรรูปขนาดเล็กในชุมชน ที่มีการแปรรูปน้ำหมากเมา และไวน์หมากเมา ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ง่าย ๆ ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่สามารถผลิตได้ปริมาณมาก ๆ ได้หากมีผลหมากเมาส่งเกินกำลังหรือปริมาณที่จะรับได้....”

(แดงอ่อน ศรีมุกดา, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 14 แรงงานคนคัดแยกผลหมากเมาเพื่อการแปรรูป



ภาพประกอบ 15 การต้มน้ำหมากเฒ่าโดยใช้หม้อแสตนเลส

1.2.3 ปัญหาขาดความสามารถในการทำการตลาด ผู้ประกอบการมีความสามารถในการทำการตลาดจำกัดทำให้ไม่สามารถสร้างรายได้จากธุรกิจหมากเฒ่าได้ตามที่ต้องการ ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“... ปัญหาที่พบในการแปรรูปหมากเฒ่าคือไม่สามารถทำการตลาดได้ชัดเจนแน่นอน จึงจำหน่ายตามกำลังการผลิตที่มีสินค้า เนื่องจากความไม่แน่นอนของวัตถุดิบหมากเฒ่าที่ใช้ในการแปรรูปบางปีมีปริมาณมากบางปีมีปริมาณน้อยทำให้ส่งผลกระทบต่อตลาดและรายได้ที่จะได้รับ”

(กฤษฎา พัชรเนตร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

1.2.4 ปัญหาการขาดความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าไม่มีความหลากหลายและไม่มีคุณภาพที่สม่ำเสมอโดยเฉพาะ ไวน์หมากเฒ่า ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เริ่มต้นจากการเป็นกลุ่มเกษตรกร และได้พัฒนาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปหมากเมาเป็นน้ำผลไม้และไวน์ โดยใช้กรรมวิธีการผลิตที่ได้รับการฝึกอบรมมาและทำตามแบบภูมิปัญญา ใช้วิธีการผลิตไวน์ด้วยการต้ม ปัญหาที่พบคือไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงตามความต้องการ โดยเฉพาะไวน์หมากเมาที่ผลิตได้เนื่องจากผลิตไวน์ได้เพียงไวน์ที่มีแต่รสชาติหวาน ไม่ใช่รสชาติที่จะขายให้ได้ราคาสูงได้”

(บุญรัตน์ พรหมสาขา, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 16 ถังพลาสติกบรรจุน้ำหมากเมาในกระบวนการหมักไวน์

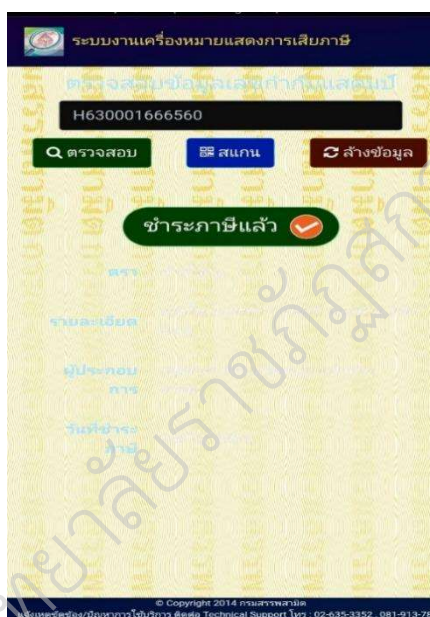
1.2.5 ปัญหาค่าใช้จ่ายด้านภาษี ผู้แปรรูปต้องเสียค่าใช้จ่ายภาษีเครื่องดื่มจากกรมสรรพสามิตในอัตราก้าวหน้าทั้งผลิตภัณฑ์ไวน์และน้ำผลไม้ ทำให้ต้นทุนสินค้าของผู้แปรรูปสูงจึงต้องปรับราคาสินค้าเพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อตลาดในการจำหน่าย ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นผู้แปรรูปที่ผลิตน้ำผลไม้และไวน์จากหมากเมาโดยมีร้านจำหน่ายสินค้าของตัวเองที่โรงงาน ปัญหาที่พบคือโรงงานได้มีการผลิตสินค้าหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของตลาดซึ่งจะต้องทำบัญชีเพื่อควบคุมรายละเอียดของสินค้าทุกขนาดตามระบบการจัดเก็บภาษีของกรมสรรพสามิตซึ่งมีความละเอียดเพื่อประกอบการเสียภาษีและมีอัตราการเสียภาษีที่สูงจึงต้องบวกภาษีทั้งน้ำผลไม้และไวน์ไปในราคาจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคต้องรับภาระภาษีที่รัฐเรียกเก็บ....”

(เกรียงไกร นาคสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

“...ภาษีสรรพสามิตเป็นค่าใช้จ่ายที่ผู้แปรรูปจะต้องดำเนินการตามกฎหมายที่ควบคุมไม่ว่าจะผลิตไวน์หรือน้ำผลไม้ ถือเป็นภาระที่หนักสำหรับผู้ผลิตรายเล็ก ๆ เช่น สหกรณ์ฯมาก ที่จะต้องเพิ่มราคาสินค้าให้ครอบคลุมต้นทุนการผลิตทำให้ราคาสินค้าสูง เป็นปัญหาทางการตลาดกับผู้ประกอบการชุมชนมากที่จะจำหน่ายสินค้า...”

(เกษม จันทรไทร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 17 หน้าจอระบบเครื่องหมายแสดงการเสียภาษี

สรุปได้ว่าสภาพปัญหาด้านการแปรรูป ผู้แปรรูปมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอที่จะดำเนินกิจกรรมการแปรรูปรองรับการจัดซื้อวัตถุดิบหมากเฒ่าได้หมด เนื่องจากผู้แปรรูปมีกำลังการผลิตที่จำกัดส่วนใหญ่ใช้แรงงานคนดำเนินการทุกกิจกรรม ผลผลิตขั้นต้นที่แปรรูปก็ยังไม่มีความหลากหลายและมีคุณภาพที่ไม่สม่ำเสมอโดยเฉพาะไวน์หมากเฒ่า ผู้แปรรูปมีความสามารถทำการตลาดที่จำกัดต้องพึ่งพิงหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนในงานจัดแสดงสินค้าที่จัดให้เพื่อจำหน่ายสินค้าอีกทั้งมีต้นทุนที่สูงจากภาระค่าใช้จ่ายภาษีเครื่องดื่ม

1.3 สภาพปัญหาด้านการตลาดของระบบธุรกิจหมากเฒ่า

สภาพปัญหาด้านการตลาด มีทั้งหมด 3 ประเด็น ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1.3.1 ปัญหาการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ ธุรกิจหมากเฒ่ายังมีการประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอทั่วถึงที่จะทำให้ข้อมูลเรื่องคุณค่าทางอาหารของหมากเฒ่าหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าส่งถึงผู้บริโภคหรือตลาดในวงกว้างอย่างทั่วถึง ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“.... จากการที่จำหน่ายน้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่ามานานเจอปัญหาที่ลูกค้าจากภายนอกจังหวัดสกลนคร ไม่รู้จักหมากเฒ่าดีพอในเรื่องคุณค่าทางอาหารบางคนเข้าใจว่าหมากเฒ่าเป็นเมี่ยงเฒ่าบ้าง จึงมองว่าข้อมูลด้านคุณค่าคุณประโยชน์ของหมากเฒ่ายังไม่ขยายเพียงพอในการให้ข้อมูลผู้บริโภคให้รับทราบวงกว้าง...”

(คณธนู ศรีหนองหำ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)

“...เป็นร้านจำหน่ายของฝากของจังหวัดสกลนครแบบครบวงจร จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของผู้ประกอบการหลายรายที่นำสินค้ามาฝากจำหน่ายซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้าดีแต่พอมีความหลายหลากสินค้าปัญหาที่พบคือต้องอธิบายข้อแตกต่างหรือจุดเด่นของสินค้าแต่ละราย รวมถึงต้องมีการอธิบายคุณประโยชน์ของหมากเฒ่าให้ลูกค้าที่มาจากภายนอกจังหวัดสกลนครได้รับรู้ ซึ่งทางร้านพยายามให้ข้อมูลแก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าของจังหวัดสกลนคร....”

(พิมพ์นิภา ดาวศิริไพศาล, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)

1.3.2 ปัญหาข้อจำกัดของบรรจุภัณฑ์ ทำให้การกระจายสินค้าทำได้ไม่สะดวกแพร่หลาย ขนส่งได้เฉพาะบางบริษัทขนส่งเท่านั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใช้บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วมีน้ำหนักมาก ทำให้ต้องเพิ่มต้นทุนในการแพคสินค้าที่แน่นหนาในการจัดส่งสินค้า ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“.... การจัดส่งสินค้าน้ำหนักมากเม้าหรือไวน์มากเม้า จะต้องแพคขวดแก้วด้วยพลาสติกกันกระแทกอย่างดีเพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหายได้ไม่เช่นนั้นบริษัทขนส่งจะไม่รับจัดส่งเป็นปัญหาในการจำหน่ายสินค้า...”

(มาลัย ไชยศรีหา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 18 กล่องบรรจุภัณฑ์น้ำหนักมากเม้าในขวดแก้วที่จัดส่งให้ผู้บริโภค

1.3.3 ปัญหาในการขนส่งสินค้า การขนส่งผลหมากเม้าและกิ่งพันธุ์หมากเม้ามีความเสียหายได้ง่าย ซึ่งผลหมากเม้าที่มีผิวเปลือกบางทำให้ขนส่งทำได้ยากโดยเฉพาะผลหมากเม้าที่ต้องการขยายให้มีการบริโภคในวงกว้างเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายผลหมากเม้าสด ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“.... การจัดส่งผลหมากเม้า จะต้องทดลองแพคอย่างดีรองด้วยกระดาษหรือใบตองเพื่อป้องกันไม่ให้ลูกหมากเม้าเสียหายเพื่อจำหน่ายลูกหมากเม้าให้กับคนที่ต้องการบริโภค หรืออยากทดลองชิม...”

(ประรส วิตรียา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 19 ผลหมากเฒ่าในกล่องกระดาษเตรียมจัดส่งให้ผู้บริโภค

“.... ในการกระจายสินค้าหรือจัดส่งสินค้าลูกหมากเฒ่าหรือกิ่งหมากเฒ่าให้ลูกค้าปัญหาที่พบคือเรื่องระบบขนส่งที่ล่าช้ากว่ากำหนดและมีค่าใช้จ่ายในแพคเกจที่มากขึ้นเพื่อไม่ให้สินค้าเกิดความเสียหายในจัดส่งให้กับลูกค้า...”

(อัจฉรา เพียรภา ยลุน, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)



ภาพประกอบ 20 กิ่งหมากเฒ่าเตรียมจัดส่งให้ผู้ปลูก

สรุปได้ว่าสภาพปัญหาด้านการตลาด พบว่าการประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอในวงกว้างในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลคุณสมบัติของหมากเฒ่าหรือผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่า และการกระจายสินค้ามีข้อจำกัดเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เป็นขวดแก้วที่มีน้ำหนักมากทำให้การจัดการขนส่งทำได้ลำบาก โดยเฉพาะการขนส่งผลหมากเฒ่าหรือกิ่งพันธุ์หมากเฒ่ายังมีความล่าช้าไม่ทันเวลาเกิดความเสียหายชำรุดทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากการแพคสินค้าที่จัดส่งสินค้าสูง

1.4 สภาพปัญหาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

สภาพปัญหาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคีมีทั้งหมด 3 ประเด็น ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1.4.1 ปัญหาในการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาหมากเฒ่าจากหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดสกลนครยังไม่มีอย่างต่อเนื่อง ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...การส่งเสริมหมากเฒ่าเป็นพืชเศรษฐกิจของจังหวัดสกลนคร ต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนา ปัญหาที่พบคืองบประมาณในการสนับสนุนมีจำนวนจำกัด ส่วนใหญ่เป็นงบประมาณด้านการส่งเสริมที่เน้นพืชเศรษฐกิจหลักจึงทำให้หมากเฒ่าประสบปัญหาขาดการส่งเสริมด้านการผลิตที่ต่อเนื่องได้...”

(อดิสร เชื้อไทย, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

1.4.2 ปัญหาในการบูรณาการการทำงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนธุรกิจหมากเฒ่ายังไม่สามารถบูรณาการการทำงานในการพัฒนาหมากเฒ่าได้ ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนครได้สนับสนุนหมากเฒ่าให้เป็นสินค้า GI ของจังหวัดสกลนครโดยใช้ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในจังหวัดสกลนคร แต่ปัญหาที่พบคือไม่มีงบประมาณในการสนับสนุนหน่วยงานที่ร่วมกันทำงานต่อเนื่อง เช่นการตรวจรับรองสินค้า GI ในระดับพื้นที่ให้กับผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าได้ ทำให้เกิดอุปสรรคในการทำงานที่ต้องอาศัยความร่วมมือในการทำงาน...”

(สาวิตรี คำควร, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

“...สำนักงานพัฒนาชุมชนได้ส่งเสริมและสนับสนุนมากเม่าให้เป็นสินค้า OTOP เด่นของจังหวัดสกลนคร แต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังเป็นในลักษณะตามภารกิจของหน่วยงานต้นสังกัดยังไม่สามารถเชื่อมประสานได้ทั้งระบบหรือต่อเนื่อง....”

(ประสาธ ทศธร, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

1.4.3 ปัญหาในการปฏิบัติตามกฎหมาย ธุรกิจมากเม่ามีข้อกำหนดหรือระเบียบที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับในแปรรูปมากเพื่อควบคุมกำกับติดตามส่งผลทำให้การดำเนินธุรกิจมากเม่าต้องเสียค่าใช้จ่ายต้นทุนมากยิ่งขึ้น ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...สำนักงานสรรพสามิตจังหวัดสกลนคร ได้ส่งเสริมความรู้ในการขออนุญาตผลิตไวน์มากเม่าที่ต้องตามกฎหมาย แต่ปัญหาในปัจจุบันคือกฎหมายด้านภาษีสรรพสามิตมีรายละเอียดมากในการเสียภาษีทั้งไวน์และน้ำผลไม้ ซึ่งผู้ประกอบการแปรรูปจะต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเพื่อสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ด้วยดี....”

(มานิตย์ อัครศักดิ์ศรี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

สรุปได้ว่าสภาพปัญหาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี พบว่างบประมาณในการพัฒนาหมากเม่าจากหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดสกลนครยังไม่มี ความต่อเนื่องเกี่ยวกับการพัฒนาหมากเม่าที่เป็นพืช GI ของจังหวัดสกลนคร ตลอดจนการบูรณาการการทำงานร่วมกันในการพัฒนาหมากเม่ายังไม่ชัดเจนเป็นระบบ และมีข้อกำหนดที่เข้ามาเกี่ยวข้องสร้างภาระในการประกอบธุรกิจการแปรรูปมาก

2. ความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

2.1 ความต้องการพัฒนาด้านการผลิต

ความต้องการพัฒนาด้านการผลิตของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มีทั้งหมด 4 ประเด็น ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

2.1.1 ความรู้และเทคโนโลยี ผู้ปลูกต้องการความรู้และเทคโนโลยีในการจัดการผลผลิตให้ได้คุณภาพและการติดผล โดยเมื่อติดผลไม่ร่วงก่อนสุกดำ และไม่ถูกศัตรูพืชทำลาย หรือถูกนกกินผลผลิต ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เดิมเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไวน์หมากเฒ่าและน้ำหมากเฒ่ามาก่อน เห็นแนวโน้มไปได้ดีจึงได้หันมาปลูกหมากเฒ่าได้เกือบ 10 ปี ที่บ้านโนนหัวช้าง ตำบลสร้างค้อ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนครโดยปลูกหลากหลายพันธุ์ตามธรรมชาติ ซึ่งตัวเองยังขาดความรู้ในการคัดเลือกสายพันธุ์และการทำให้หมากเฒ่าติดผล ทำให้หมากเฒ่าหลายต้นในสวนร่วงก่อนสุกดำ และมีนกมากินลูกหมากเฒ่าดำในสวน...”

(ณรงค์ธร พจน์จำเนียร, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

2.1.2 การพัฒนาระบบการผลิต ผู้ปลูกต้องการพัฒนาระบบการผลิตด้วยการใช้ระบบน้ำในการปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิต ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ได้ปลูกหมากเฒ่ามาหลายปี แต่ไม่ได้ผลผลิตเท่าที่ควร เนื่องจากยังขาดระบบน้ำในการการปลูกและดูแลหมากเฒ่า จึงมีความต้องการติดตั้งระบบการให้น้ำต้นหมากเฒ่าเพื่อให้หมากเฒ่าติดผลผลิตได้มากขึ้นกว่าเดิม...”

(ศุภรัตน์ จิตรปรีดา, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

2.1.3 ปัจจัยการผลิต ผู้ปลูกต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนปัจจัยการผลิตในการปลูกหมากเฒ่า เช่น ปุ๋ย กิ่งพันธุ์ เป็นต้น เพื่อให้เกษตรกรที่ปลูกหมาก

เมื่อดำเนินการปลูกหมากเฒ่า ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นทั้งเกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่าโดยเป็นสมาชิกของสหกรณ์ การเกษตรโนนหัวช้าง มีความเห็นว่าการส่งเสริมเกษตรกรที่ปลูกหมากเฒ่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง น่าจะมี พวกปุ๋ย กิ่งพันธุ์ดี หรือ สารเคมีฆ่าแมลงศัตรูพืช แจกจ่ายให้คนปลูกหมากเฒ่าเพื่อให้เกษตรกรมีกำลังใจในการปลูกลดต้นทุนการปลูก...”

(กัลยา หาญภูมิ, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

2.1.4 ทุนการวิจัย นักวิชาการที่ทำงานเรื่องหมากเฒ่ามีความต้องการที่จะได้รับทุนการวิจัยหรืองานทดลองด้านเขตกรรมในการปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่าให้ติดผลผลิตเพื่อแก้ปัญหาเรื่องระบบการผลิตของหมากเฒ่าให้ประสบผลสำเร็จ ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ในช่วงแรก ๆ ในการพัฒนาหมากเฒ่าทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครได้ให้การสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานในการทำโครงการวิจัยและพัฒนาหมากเฒ่าในการด้านการปลูกการดูแลรักษาและการใช้ประโยชน์จากหมากเฒ่า แต่ต่อมาในระยะหลังงบประมาณด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยฯ ในการสนับสนุนการปลูกและการดูแลรักษามีน้อยไม่เพียงพอที่ให้การสนับสนุนต่อเนื่อง นักวิจัยจึงได้ขอสนับสนุนงบประมาณจากทางจังหวัดสกลนคร ซึ่งได้มาประมาณ 2 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2562 หลังจากนั้นก็ไม่ได้รับการสนับสนุนจากจังหวัดสกลนครอีก ซึ่งการวิจัยเรื่องเขตกรรมนั้นต้องใช้ระยะเวลาในการทำงานที่ต่อเนื่องเพื่อแก้ปัญหาในด้านการผลิตของหมากเฒ่าได้ต่อเนื่องชัดเจน....”

(อัมพร ภูศรีฐาน, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2565)

สรุปได้ว่าความต้องการด้านการผลิตผู้ผลิตหรือผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความต้องการความรู้และเทคโนโลยีในด้านการจัดการผลผลิตให้ติดผลและมีคุณภาพ ตลอดจนต้องการพัฒนาการผลิตด้วยการใช้ระบบน้ำในการปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่า และ

ต้องการให้มีการสนับสนุนปัจจัยการผลิตรวมถึงการสนับสนุนทุนการวิจัยหรืองานทดลอง
ด้านเกษตรกรรมเพื่อแก้ปัญหาการผลิตของหมากเฒ่า

2.2 ความต้องการพัฒนาด้านการแปรรูป

ความต้องการพัฒนาด้านการแปรรูปของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร มีทั้งหมด 3 ประเด็น ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

2.2.1 เงินทุนหมุนเวียน ผู้แปรรูปต้องการเงินทุนหมุนเวียน หรือมีเงินกู้ยืม
ที่มีดอกเบี้ยต่ำเพื่มาดำเนินธุรกิจแปรรูป ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์
ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...จากที่เป็นทั้งผู้ปลูกและผู้แปรรูปหมากเฒ่า ซึ่งธุรกิจแปรรูปจะต้องมี
เงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการรับซื้อผลหมากเฒ่าหรือปัจจัยการผลิตเพื่อใช้ในการแปรรูป
ช่วงฤดูการผลิต จึงมีความต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจมากเพื่อ
จัดซื้อวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์....

(ประรศ วิศรียา, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

2.2.2 การวิจัยและพัฒนา ผู้แปรรูปต้องการให้มีการวิจัยและพัฒนาการ
ใช้ประโยชน์จากทุกส่วนของหมากเฒ่า โดยมีการวิเคราะห์คุณค่าทางอาหารหรือสารออก
ฤทธิ์ที่มีประโยชน์ของหมากเฒ่ามาก ๆ เพื่อผลักดันให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ดังคำ
กล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“.... จากที่ทำการตลาดน้ำหมากเฒ่า หรือ ไวน์หมากเฒ่า มาตั้งแต่เริ่มต้น
จนมาถึงปัจจุบัน ผู้แปรรูปส่วนใหญ่ไม่สามารถเพิ่มราคาสินค้าได้สูงมากไปกว่านี้ ทั้ง ๆ ที่
ต้นทุนวัตถุดิบหมากเฒ่าคุณภาพที่ดีมีราคาสูง นอกจากที่จะมีการวิจัยและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าโดยใช้ประโยชน์ทุกส่วนนอกจากผล เช่น ใบ กิ่ง ก้าน
เปลือก เพื่อเป็นยาหรือเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม โดยใช้คุณประโยชน์ทางสารอาหารของ
หมากเฒ่ามาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น...”

(เกรียงไกร นาคสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

2.2.3 การผ่อนปรนด้านกฎหมาย ผู้แปรรูปต้องการให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายหรือมาตรการต่าง ๆ มีการผ่อนปรนเพื่อสร้างโอกาสให้กับพืชท้องถิ่นมากขึ้น เช่น การเก็บภาษีเครื่องดื่ม การขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการรายย่อยให้สามารถดำรงธุรกิจอยู่ได้ ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“... ต้องการในหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับหมากเมา ช่วยสนับสนุนแนะนำให้ธุรกิจหมากเมาดำรงอยู่ต่อไปได้ แม้จะมีกฎระเบียบเข้ามาเพื่อควบคุมมากตามแนวทางการพัฒนาของระบบทุนนิยมที่ได้เข้ามาเป็นข้อจำกัดของผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งหากภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือก็ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กยังคงอยู่รอดต่อไปได้...”

(กฤษฎา พชรเนตร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

สรุปได้ว่าความต้องการด้านการแปรรูป ผู้ประกอบการแปรรูปมีความต้องการเงินทุนหมุนเวียนหรือมีเงินยืมดอกเบี้ยต่ำเพื่อใช้ในการกิจกรรมธุรกิจแปรรูป และต้องการให้มีการวิจัยและพัฒนาให้หมากเมา มีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อเพิ่มมูลค่าของหมากเมาให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนการยกเลิกหรือผ่อนปรนข้อกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการแปรรูปเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาธุรกิจหมากเมา

2.3 ความต้องการพัฒนาด้านการตลาด

ความต้องการพัฒนาด้านการตลาดของระบบธุรกิจหมากเมาในจังหวัดสกลนคร มีทั้งหมด 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

2.3.1 การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูล ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รู้จักคุณประโยชน์ของผลหมากเมาและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเมาของจังหวัดสกลนครเพิ่มมากขึ้นเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ

2.3.2 การจัดกิจกรรมงานเทศกาลหมากเมาประจำปี ผู้ปลูก ผู้แปรรูป ผู้นำหน่วยงานต้องการให้มีการจัดกิจกรรมเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเมาประจำปี ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นผู้ประกอบการแปรรูป และเป็นผู้บริหารท้องถิ่นด้วย มีความต้องการพัฒนาหามาให้มีชื่อเสียงประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกได้รู้จักของดีตำบลสร้างคือ อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดสกลนคร โดยเฉพาะหามา ซึ่งจะต้องมีการจัดเป็นงานประชาสัมพันธ์ของดีท้องถิ่น เป็นแผนประจำปี....”

(มีชัย ตีมะการ, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)

2.3.3 ตลาดหรือแหล่งรับซื้อ ที่เกษตรกรหรือผู้แปรรูปต้องการให้มีที่ชัดเจนแน่นอน โดยเฉพาะเกษตรกรที่ปลูกหามาต้องการความมั่นใจในการปลูก ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เริ่มต้นจากการเป็นเกษตรกรผู้ปลูกหามาและเป็นแม่ค้ารวบรวมผลหามาเพื่อขายต่อและต่อมาได้เป็นผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากหามาที่มีความคิดเห็นว่าการทำธุรกิจหามาควรมีแหล่งวัตถุดิบที่แน่นอนเพื่อใช้ในการแปรรูป และมีความต้องการให้มีการส่งเสริมในเรื่องของการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปด้วยเพื่อที่จำหน่ายสินค้าได้ทำให้มีรายได้เพียงพอที่จะสามารถรับซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรผู้ปลูกได้ต่อเนื่อง...”

(มาลัย ไชยศรีหา, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)

2.3.4 การผลักดันราคาสินค้า GI ผู้แปรรูปต้องการให้มีการผลักดันราคาสินค้า GI ให้มีราคาสินค้าสูงกว่าสินค้าทั่วไปเพื่อให้คุ้มค่าในการปลูกหรือการแปรรูปเป็นสินค้า GI ที่มีระบบควบคุมภายในกำกับติดตาม ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ได้รับเครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI มาตั้งแต่เริ่มต้นแต่ประสบปัญหาไม่สามารถจำหน่ายสินค้า GI ได้ในราคาที่แตกต่างจากสินค้าปกติได้ เนื่องจากไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้า GI แตกต่างจากสินค้าปกติอย่างไร ซึ่งก็พยายามอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจและบางครั้งเกิดความท้อใจ....”

(คนพ วรรณวงศ์, สัมภาษณ์, 13 มกราคม 2565)

สรุปได้ว่าความต้องการด้านการตลาด ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ของผลหมากเฒ่าและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครให้ขยายวงกว้างเพิ่มมากขึ้น และต้องการให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลหมากเฒ่าประจำปี โดยต้องการให้มีตลาดหรือแหล่งรับซื้อที่ชัดเจนแน่นอนทั้งผู้ปลูกและผู้แปรรูปรวมถึงมีการยกระดับสินค้า GI ให้มีราคาสูงกว่าสินค้าปกติทั่วไป

2.4 ความต้องการพัฒนาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

ความต้องการพัฒนาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีทั้งหมด 8 ประเด็น ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

2.4.1 ความต่อเนื่องและความร่วมมือ ต้องการให้หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดสกลนครทำงานพัฒนาหมากเฒ่าอย่างต่อเนื่องและบูรณาการทำงานด้วยกันโดยมีการพัฒนาหมากเฒ่าเป็นเป้าหมายร่วม ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...หมากเฒ่าเป็นพืช GI ของจังหวัดสกลนคร หากหน่วยงานในจังหวัดให้การสนับสนุนส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง และร่วมมือกันช่วยกันพัฒนาหมากเฒ่าจะทำให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับหมากเฒ่ามีกำลังใจที่จะปลูกหรือแปรรูป....”

(คนพ วรณวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

2.4.2 ปัจจัยการผลิตและความรู้ ต้องการให้มีการสนับสนุนปัจจัยการผลิตร่วมกับการให้ความรู้ด้านวิชาการด้านการปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่าเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดี ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นเกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า มีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าพันธุ์ดีและให้ความรู้ทางวิชาการ สนับสนุนปัจจัยการผลิตเพื่อช่วยเหลือผู้ปลูก....”

(พิศ แสนบุญมี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

2.4.3 การพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าครบวงจร ผู้แปรรูปต้องการให้มีการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าอย่างครบวงจร เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ หรือเป็นจุดที่ศึกษาดูงานในการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...สหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้างเป็นโรงงานแปรรูปที่ได้รับการสนับสนุนจากจังหวัดสกลนครมาตั้งแต่ยุคแรกในการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าเป็นที่ดูงานในกับสังคมภายนอกจังหวัดสกลนคร มีความต้องการให้มีการพัฒนาโรงงานแปรรูปเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับการศึกษาดูงานส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางเพื่อส่งเสริมธุรกิจหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครที่ครบวงจร....”

(เกษม จันทรไตร, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

2.4.4 การจัดทำแปลงสาธิต ต้องการให้มีการส่งเสริมเกษตรกรหรือผู้ปลูกพัฒนาการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี ในระดับอำเภอดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นผู้แปรรูปในรูปแบบห้างหุ้นส่วนและเป็นผู้ปลูกหมากเฒ่าด้วย มีความต้องการให้จังหวัดสกลนครส่งเสริมให้มีการปลูกหมากเฒ่าเป็นแปลงสาธิตในแต่ละอำเภอ และมีการส่งเสริมหมากเฒ่าที่ครบวงจร เป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงาน....”

(คนพ วรรณวงศ์, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

2.4.5 การยกระดับการแปรรูป ผู้แปรรูปต้องการให้ยกระดับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีคุณภาพมาตรฐาน ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นผู้แปรรูปที่ผลิตไวน์และน้ำผลไม้ที่ผลิตสินค้าหลากหลายขนาดตามตลาดที่ได้จำหน่าย สิ่งสำคัญที่ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้แพร่หลายหรือตลาดกว้างขวางคือจะต้องผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ จึงต้องการให้มีการพัฒนายกระดับสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐานจึงจะทำให้ธุรกิจแปรรูปดำเนินต่อไปได้ด้วยดี”

(เกรียงไกร นาคสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

2.4.6 พัฒนาทายาทธุรกิจหมากเฒ่า ต้องการให้มีการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดทายาทธุรกิจหมากเฒ่าที่มีความรู้ครบถ้วนตลอดห่วงโซ่การผลิต ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ธุรกิจหมากเฒ่าทั้งในส่วนการปลูกและการแปรรูปยังขาดคนรุ่นใหม่ เข้าทำงานทำให้ธุรกิจหมากเฒ่าไม่ทันกับยุคสมัยหรือช้าไปบ้าง ซึ่งต้องการให้มีการสร้างทายาทคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาสานต่อในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหมากเฒ่าของจังหวัด สกลนคร....”

(เกษม จันทรไทร, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

2.4.7 ส่งเสริมการตลาดธุรกิจหมากเฒ่า ต้องการให้มีการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายผลหมากเฒ่า กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า อย่างต่อเนื่องขยายวงกว้าง ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...หมากเฒ่าควรมีการประชาสัมพันธ์ที่แพร่หลายหลายช่องทาง เพื่อช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถทำการตลาดได้ง่าย โดยเฉพาะการจัดงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐได้จัดขึ้นเพื่อให้คนภายนอกได้รู้จักเพิ่มมากขึ้น....”

(โสเมธิตา สุวรรณเก, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

“...เป็นผู้ปลูกหมากเฒ่าและจำหน่ายผลหมากเฒ่าในตลาดริมดง อำเภอกวน พาน โดยเริ่มต้นจากการเก็บผลผลิตของตัวเอง จนขยายไปเก็บรวบรวมของคนอื่น ๆ ในชุมชน ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนหมากเฒ่าเป็นที่รู้จักมาก ๆ เพื่อที่จะได้ขายผลหมากเฒ่าหรือน้ำผลไม้หรือไวน์ให้กว้างขวาง ขายได้คล่อง....”

(ไอลยา มะหา, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

2.4.8 เงินกองทุนหมุนเวียน ต้องการให้มีการสนับสนุนเงินกองทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจเพื่อการกู้ยืมในการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร ดังคำกล่าว ที่สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นทั้งผู้แปรรูปและผู้ปลูกหมากเฒ่า มีความต้องการให้มีกองทุนกู้ยืมเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า เพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร...”

(ประรศ วิศรียา, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

“...ปลูกหมากเฒ่า ตามภูมิปัญญาชาวบ้าน มีความต้องการปลูกเพิ่มเติม แต่ไม่มีเงินเพียงพอในการจะขยายแปลงปลูกซึ่งต้องใช้ระบบให้น้ำสายท่อน้ำถึงจะปลูกให้ได้ผลดีกว่าปลูกแบบชาวบ้าน หากมีแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมเกี่ยวกับการปลูกหมากเฒ่าก็มีความสนใจในการปลูกเพิ่มเติมเพราะหมากเฒ่าปลูกเอาไว้กินหรือขายก็ได้....”

(ลาวิ เหล่าห้วน, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

“...การปลูกหมากเฒ่าให้มีคุณภาพ ควรมีระบบน้ำและมีสายพันธุ์หมากเฒ่าที่ให้ผลผลิตดี ๆ ซึ่งหากจังหวัดสกลนครจะส่งเสริมควรมีการสนับสนุนเกษตรกรคนปลูกเหมือนการปลูกข้าวบ้าง โดยให้ปุ๋ย หรือปัจจัย เพื่อให้คนปลูกหมากเฒ่าไม่ท้อใจหากปลูกหมากเฒ่าแล้วไม่ติดผลผลิตยังอยากที่จะปลูกต่อ”

(พิศ แสนบุญมี, สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2565)

สรุปได้ว่าความต้องการด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีความต้องการให้มีการพัฒนาหมากเฒ่าอย่างต่อเนื่องและมีการบูรณาการความร่วมมือในการทำงาน ต้องการให้มีการสนับสนุนปัจจัยการผลิตและความรู้ทางด้านวิชาการ การพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าอย่างครบวงจรเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้หรือเป็นแหล่งการท่องเที่ยวโดยมีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีในระดับอำเภอ และยกระดับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนการพัฒนาทายาทธุรกิจหมากเฒ่าที่มีความรู้ครบถ้วนตลอดห่วงโซ่การผลิต การส่งเสริมการตลาดธุรกิจหมากเฒ่าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายผลผลิตของหมากเฒ่าให้ขยายวงกว้าง และต้องการให้มีเงินกองทุนหมุนเวียนหรือกู้ยืมในการดำเนินธุรกิจ

3. สรุปสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด สกลนคร

สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
สรุปเป็นดังแผนภาพได้ดังนี้

การผลิต	สภาพปัญหาด้านการผลิต 1. การไม่ติดผล 2. ศัตรูพืช 3. ช่วงระยะเวลาการสุกของหมากเฒ่าสั้น 4. สายพันธุ์ 5. คุณภาพของผลหมากเฒ่า 6. การขยายหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี 7. การเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่า 8. ความรู้ในการปลูก การดูแลรักษา 9. เทคนิควิธีการจัดการให้ได้ผลผลิตที่ดี	ความต้องการด้านการผลิต 1. ความรู้และเทคโนโลยี 2. การพัฒนาระบบการผลิต 3. ปัจจัยการผลิต 4. ทุนการวิจัยหรืองานทดลอง
การแปรรูป	สภาพปัญหาด้านการแปรรูป 1. เงินทุนหมุนเวียน 2. กำลังการผลิต 3. ความสามารถในการทำการตลาด 4. ความหลากหลายและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 5. ค่าใช้จ่ายด้านภาษี	ความต้องการด้านการแปรรูป 1. เงินทุนหมุนเวียน 2. การวิจัยและพัฒนา ให้หมากเฒ่าเป็นอาหารเสริม 3. การผ่อนปรนด้านกฎหมาย
การตลาด	สภาพปัญหาด้านการตลาด 1. การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอ 2. บรรจุภัณฑ์ของสินค้า 3. การขนส่งสินค้า	ความต้องการด้านการตลาด 1. การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลในวงกว้าง 2. การจัดงานเทศกาลหมากเฒ่าประจำปี 3. ตลาดหรือแหล่งรับซื้อ 4. การยกระดับราคาสินค้า GI ให้สูงขึ้น
การสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ	สภาพปัญหาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ 1. การสนับสนุนงบประมาณ 2. การบูรณาการการทำงาน 3. การควบคุมบังคับตามกฎหมาย	ความต้องการด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ 1. ความต่อเนื่องและความร่วมมือ 2. ปัจจัยการผลิตและความรู้ทางวิชาการ 3. การพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าอย่างครบวงจร 4. การจัดทำแปลงสาธิต 5. การยกระดับมาตรฐานการแปรรูป 6. พัฒนาพาหุยุทธธุรกิจหมากเฒ่า 7. ส่งเสริมการตลาดธุรกิจหมากเฒ่า 8. เงินกองทุนหมุนเวียน

ภาพประกอบ 21 สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบ

สอบถาม

ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 400)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	200	50.00
	หญิง	200	50.00
2. สถานภาพ	โสด	221	55.25
	สมรส	166	41.50
	ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	13	3.25
3. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	20	5.00
	มัธยมศึกษาตอนต้น	27	6.75
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	60	15.00
	ปวส.	75	18.75
	ปริญญาตรี	197	49.25
	ปริญญาโท	20	5.00
	ปริญญาเอก	1	.25
4. สาขาอาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	63	15.75
	ข้าราชการ	62	15.50

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	6.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	50	12.50
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	68	17.00
	รับจ้างทั่วไป	77	19.25
	แม่บ้าน	28	7.00
	เกษตรกร	28	7.00

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 อายุโดยเฉลี่ย 31.34 ปี มีสถานภาพส่วนใหญ่โสด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 มีการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 197 คิดเป็นร้อยละ 49.25 อาชีพโดยส่วนใหญ่รับจ้างทั่วไป จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 19.25 และมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 159,212.50 บาทต่อปี

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมและรายด้าน

ด้านที่	ประเด็นการศึกษา	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล (ความเห็นด้วย)
		$\bar{x}$	S.D.	
1	ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีรสชาติความอร่อย	4.40	0.683	มาก
1.2	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีคุณค่าทางสารอาหาร	4.26	0.690	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านที่	ประเด็นการศึกษา	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล (ความเห็นด้วย)
1.3	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีสีสันทนารับประทาน	4.40	0.690	มาก
1.4	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันทนสวยงาม	4.27	0.752	มาก
1.5	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีฉลากที่แสดงรายละเอียดครบถ้วน	4.30	0.748	มาก
1.6	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่มีความปลอดภัย	4.28	0.710	มาก
1.7	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีความสะดวกในการพกพาหรือเคลื่อนย้าย	4.13	0.780	มาก
	รวม	4.32	0.522	มาก
2	ด้านราคา			
2.1	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ	4.21	0.711	มาก
2.2	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณที่ได้รับ	4.12	0.743	มาก
2.3	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีการแสดงป้ายราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	4.12	0.752	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านที่	ประเด็นการศึกษา	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล (ความเห็นด้วย)
		$\bar{x}$	S.D.	
2.4	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	4.15	0.762	มาก
	รวม	4.15	0.532	มาก
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
3.1	ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีทำเลที่มีความสะดวกในการซื้อ	4.12	0.795	มาก
3.2	ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย	4.22	0.759	มาก
3.3	ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีจำนวนเพียงพอ	3.94	0.881	มาก
3.4	ความสะดวกในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่าผ่านระบบโซเชียลมีเดีย หรือออนไลน์	4.20	0.772	มาก
	รวม	4.12	0.587	มาก
4	การส่งเสริมการตลาด			
4.1	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเม่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ส่วนลดเงินสดกับลูกค้าเมื่อมีการซื้อในปริมาณที่มาก	4.07	0.696	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ด้านที่	ประเด็นการศึกษา	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล (ความเห็นด้วย)
		$\bar{x}$	S.D.	
4.2	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเหมายมีการมอบของสมนาคุณหรือของแถมให้กับผู้บริโภค	4.08	0.791	มาก
4.3	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเหมายหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ลูกค้าทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ	4.19	0.712	มาก
4.4	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเหมายหรือผู้จัดจำหน่ายมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลรายละเอียดสินค้าให้ผู้บริโภคได้รับทราบ	4.13	0.772	มาก
4.5	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเหมายหรือผู้จัดจำหน่ายมีการรับประกันผลิตภัณฑ์เมื่อผลิตภัณฑ์มีปัญหาหรือชำรุดเสียหาย	4.15	0.820	มาก
4.6	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเหมายหรือผู้จัดจำหน่ายมีบริการตอบข้อซักถามหลังการขายหรือการบริโภค	4.12	0.786	มาก
	รวม	4.12	0.565	มาก
	รวมทั้งหมด	4.18	0.442	มาก

จากตาราง 5 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเหมายรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีรสชาติความอร่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 มีสีสันทันรับประทาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 มีฉลากที่แสดงรายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 มีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 มีบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันทันสวยงาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 มีคุณค่าทางสารอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 และมีความสะดวกในการพกพาหรือเคลื่อนย้าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 ตามลำดับ

ด้านราคา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ตามลำดับ

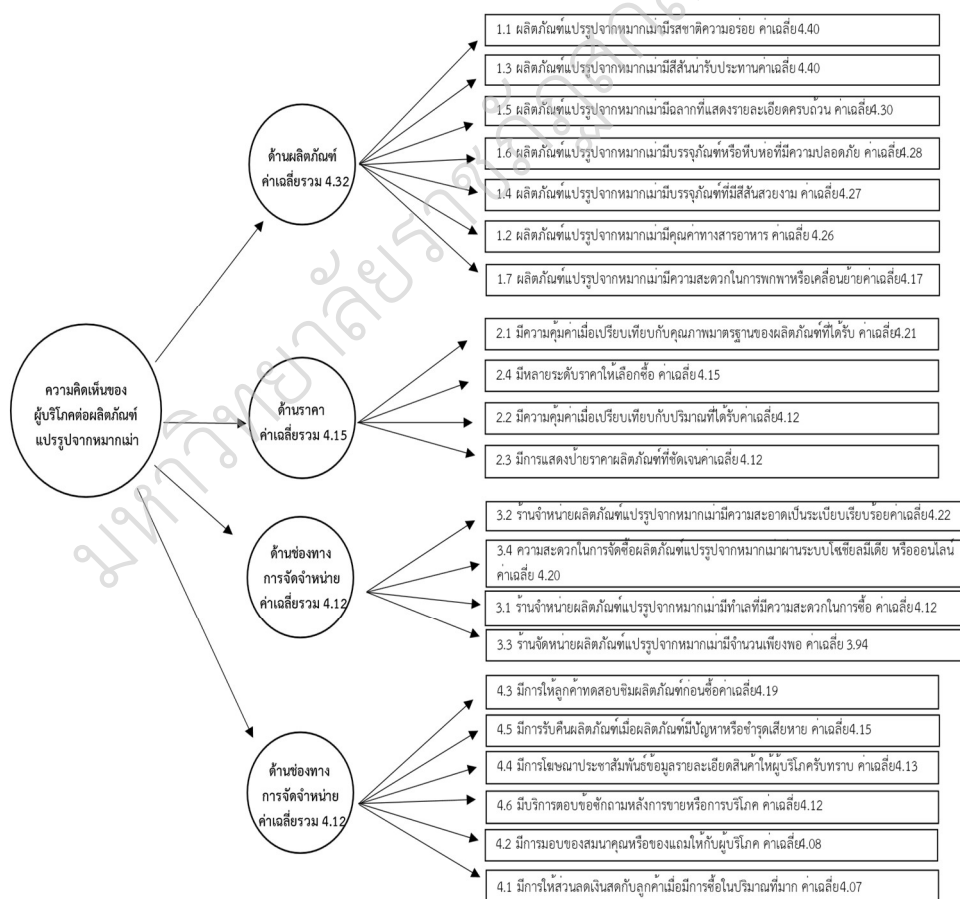
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ความสะดวกในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่าผ่านระบบโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีทำเลที่มีความสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีจำนวนเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเม่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ลูกค้าทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเม่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการรับคืนผลิตภัณฑ์เมื่อผลิตภัณฑ์มีปัญหาหรือชำรุดเสียหาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเม่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลรายละเอียดสินค้าให้ผู้บริโภคทราบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเม่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีบริการตอบข้อซักถามหลังการขายหรือการบริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก

หมากเฒ่ามีการมอบของสมนาคุณหรือของแถมให้กับผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ส่วนลดเงินสดกับลูกค้าเมื่อมีการซื้อในปริมาณที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 ตามลำดับ

จากข้อมูลรายด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 เมื่อพิจารณาทางด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 4.12 ตามลำดับ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าทั้งรายละเอียดแต่ละด้านและรายด้าน สรุปเป็นผังแผนภาพดังนี้



ภาพประกอบ 22 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าใน
จังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมาก เฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
2. ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า
3. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร
4. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร
5. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจ
หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
6. ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบ สอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตาราง 6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
ประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

(n = 80)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	35	43.75
	หญิง	45	56.25
2. สถานภาพ	โสด	9	11.25
	สมรส	64	80.00
	ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	7	8.75
3. ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	33	41.25

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	มัธยมศึกษาตอนต้น	10	12.50
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	23	28.75
	ปวส.	3	3.75
	ปริญญาตรี	10	12.50
	ปริญญาโท	1	1.25
	ปริญญาเอก	0	0
4. สาขาอาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	0	0
	ข้าราชการ	2	2.50
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0
	พนักงานบริษัทเอกชน	1	1.25
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	20	25.00
	รับจ้างทั่วไป	4	5.00
	เกษตรกร	47	58.75
	อื่น ๆ	6	7.50

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร จำนวน 80 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 อายุโดยเฉลี่ย 48 ปี มีสถานภาพสมรส จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 มีการศึกษาส่วนใหญ่ระดับประถมศึกษา จำนวน 33 คิดเป็นร้อยละ 41.30 อาชีพโดยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร จำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 58.80 และมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อปี จำนวน 321,581.25 บาทต่อปี รายได้จากธุรกิจหมากเฒ่าเฉลี่ยปีละ 163,518.75 บาทต่อปี ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตผลสดจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด

สกลนคร

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าใน
จังหวัดสกลนคร

ลำดับ	ตัวชี้วัดประสิทธิผลของธุรกิจ หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1	ในรอบปีที่ผ่านมาท่านได้ปริมาณผล หมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าตามที่ ต้องการ	3.15	0.995	ปานกลาง
2	ในรอบปีที่ผ่านมาผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูป จากหมากเฒ่ามีคุณภาพดีตรงตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้	3.35	1.045	ปานกลาง
3	ในรอบปีที่ผ่านมาท่านมียอดขาย ผล หมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า	3.03	1.102	ปานกลาง
4	ในรอบปีที่ผ่านมาท่านมีกำไรสุทธิจาก การทำธุรกิจหมากเฒ่า โดยจำหน่าย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า ตามที่ต้องการ	2.98	1.136	ปานกลาง
	รวม	3.12	1.003	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่าประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ในรอบปีที่ผ่านมามีผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีคุณภาพดีตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 ในรอบปีที่ผ่านมามีได้ปริมาณผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.15 ในรอบปีที่ผ่านมามียอดขาย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.03 ในรอบปีที่ผ่านมามีกำไรสุทธิจากการทำธุรกิจหมากเฒ่า โดยจำหน่าย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า ตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.98 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ลำดับ	ปัจจัยและองค์ประกอบ	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1	นโยบายภาครัฐ			
1.1	ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า	3.56	1.123	มาก
1.2	นโยบายของภาครัฐสามารถนำมาใช้พัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าได้	3.54	1.090	มาก
1.3	ภาครัฐมีแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า	3.41	1.122	ปานกลาง

ตาราง 8 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยและองค์ประกอบ	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.4	ภาครัฐมีการดำเนินงานหรือสนับสนุนกิจกรรมในระบบธุรกิจหมากเฒ่า	3.40	1.026	ปานกลาง
1.5	ภาครัฐมีการติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า สกลนคร	3.31	1.063	ปานกลาง
	รวม	3.44	0.961	ปานกลาง
2	พันธมิตรทางธุรกิจ			
2.1	ท่านได้ทำความร่วมมือกับองค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจหรือผู้ประกอบการอื่นในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า	3.81	0.956	มาก
2.2	ท่านมีการรวมกลุ่มกับผู้ประกอบการอื่น เพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน	3.86	0.924	มาก
2.3	ท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ	3.91	0.930	มาก
2.4	ท่านมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน	3.68	0.991	มาก
2.5	ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	4.14	0.775	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยและองค์ประกอบ	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
2.6	ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าใน จังหวัดสกลนครให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนซึ่งกันและกัน	4.12	0.862	มาก
	รวม	3.92	0.749	มาก
3	การวางแผนกลยุทธ์			
3.1	ท่านมีการกำหนดแผนการทำงานไว้ ล่วงหน้าเสมอ	3.73	0.811	มาก
3.2	แผนงานมีความครอบคลุมทั้งด้าน การผลิต การแปรรูป และการตลาด	3.61	0.849	มาก
3.3	ท่านมีการวางแผนการทำงานระยะ สั้นที่ครอบคลุม 1 ปี	3.61	0.819	มาก
3.4	ท่านมีการวางแผนการทำงานระยะ ยาวที่ใช้ระยะในการทำกิจกรรม มากกว่า 1 ปี	3.61	0.961	มาก
3.5	ท่านได้ปฏิบัติตามแผนที่วางไว้	3.56	0.898	มาก
3.6	ท่านมีการวางแผนในการรองรับการ เปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	3.55	0.926	มาก
3.7	ท่านมีการวางแผนเพื่อพัฒนาธุรกิจ หมากเฒ่าให้ดีขึ้น	3.60	0.922	มาก
	รวม	3.61	0.776	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

4	การเรียนรู้			
4.1	ท่านมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจมากมายด้วยตนเองอยู่เสมอ	3.79	0.896	มาก
4.2	ท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เสมอ	3.83	0.925	มาก
4.3	ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจมากมายจากหน่วยงานราชการหรือเอกชนอยู่เสมอ	3.68	1.111	มาก
4.4	ท่านได้รับการฝึกฝนทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจมากมายอยู่เสมอ	3.73	1.158	มาก
4.5	ท่านได้ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจมากมายให้แก่คนที่สนใจ	3.73	1.043	มาก
	รวม	3.74	0.901	มาก
5	ประสบการณ์ทางธุรกิจ			
5.1	ท่านได้ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจมากมายมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี	4.54	0.856	มากที่สุด
5.2	ท่านเคยประสบปัญหาในธุรกิจมากมายและสามารถแก้ปัญหาได้	3.63	0.919	มาก
5.3	ท่านเคยประสบผลสำเร็จในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจมากมาย	3.55	0.899	มาก
5.4	ท่านได้นำประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียนเพื่อพัฒนาการทำงานในปัจจุบันและอนาคต	3.75	0.864	มาก
	รวม	3.86	0.694	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

6	ความสามารถทางธุรกิจ			
6.1	ท่านมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจมากมายในเรื่องการผลิต การแปรรูป หรือการตลาดอย่างน้อย 1 เรื่อง	3.68	0.952	มาก
6.2	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจมากมายมากอยู่ในระดับใด	3.61	0.893	มาก
6.3	ท่านมีทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจมากมายมากอยู่ในระดับใด	3.56	0.939	มาก
	รวม	3.61	0.821	มาก
7	นวัตกรรม			
7.1	ท่านได้นำความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจมากมายมากอยู่เสมอ	3.74	0.951	มาก
7.2	ท่านมีแนวคิดใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจมากมายมาก	3.65	0.915	มาก
7.3	ท่านได้นำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจมากมายมาก	3.44	1.135	ปานกลาง
7.4	ท่านได้นำวิธีการทำงานแบบใหม่เกี่ยวกับธุรกิจมากมายมาก	3.31	1.063	ปานกลาง
7.5	ท่านมีการติดต่อสื่อสารธุรกิจมากมายมากผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย	3.23	1.232	ปานกลาง
	รวม	3.47	0.914	ปานกลาง

ตาราง 8 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยและองค์ประกอบ	ผลการวิเคราะห์		การแปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
8	การบริหารทรัพยากรมนุษย์			
8.1	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง	3.55	0.94	มาก
8.2	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับการพัฒนาทักษะในการทำงานอย่างต่อเนื่อง	3.63	1.023	มาก
8.3	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม	3.50	1.031	มาก
8.4	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านมีขวัญและกำลังใจที่ดี	3.66	0.941	มาก
	รวม	3.58	0.920	มาก

จากตาราง 8 ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครรายด้านมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยนโยบายภาครัฐ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 นโยบายของภาครัฐสามารถนำมาใช้พัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 ภาครัฐมีแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41 ภาครัฐมีการดำเนินงานหรือสนับสนุนกิจกรรมในระบบธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 ภาครัฐมีการติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าสกลนคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31 ตามลำดับ

ปัจจัยพันธมิตรทางธุรกิจ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 มีการรวมกลุ่มกับผู้ประกอบการอื่น เพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 ได้ทำความร่วมมือกับองค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจหรือผู้ประกอบการอื่นในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 ตามลำดับ

ปัจจัยการวางแผนกลยุทธ์ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีการกำหนดแผนการทำงานไว้ล่วงหน้าเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 แผนงานมีความครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด, มีการวางแผนการทำงานระยะสั้นที่ครอบคลุม 1 ปีมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 มีการวางแผนการทำงานระยะยาวที่ใช้ระยะในการทำกิจกรรม มากกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยที่ 3.61 มีการวางแผนเพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60 ได้ปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 มีการวางแผนในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 ตามลำดับ

ปัจจัยการเรียนรู้ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 มีการเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าด้วยตนเองอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ได้รับการฝึกฝนทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าให้แก่คนที่สนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 ได้เรียนรู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าจากหน่วยงานราชการหรือเอกชนอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 ตามลำดับ

ปัจจัยประสบการณ์ทางธุรกิจ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ได้ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่ามาไม่น้อยกว่า 5 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่

4.54 ได้นำประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียนเพื่อพัฒนาการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 เคยประสบปัญหาในธุรกิจหมากเฒ่าและสามารถแก้ปัญหาได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 เคยประสบผลสำเร็จในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 ตามลำดับ

ปัจจัยความสามารถทางธุรกิจ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าในเรื่องการผลิต การแปรรูป หรือการตลาดอย่างน้อย 1 เรื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่ในระดับใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 มีทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่ในระดับใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 ตามลำดับ

ปัจจัยนวัตกรรม มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ได้นำความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 มีแนวคิดใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 ได้นำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ได้นำวิธีการทำงานแบบใหม่เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31 มีการติดต่อสื่อสารธุรกิจหมากเฒ่าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23 ตามลำดับ

ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านมีขวัญและกำลังใจที่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับการพัฒนาทักษะในการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 ตามลำดับ

จากข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยด้านรวม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 รองลงมาคือ ด้านประสบการณ์ทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 ด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 ด้านความสามารถทางธุรกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 ด้านการ

วางแผนกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 ด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 ด้านนโยบายภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์ Normality Test การวิเคราะห์ Multicollinearity การทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปร การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีสัญลักษณ์แทนตัวแปรต่างๆ ดังนี้

ตาราง 9 สัญลักษณ์แทนตัวแปรในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

สัญลักษณ์	ตัวแปร
A1	แทน ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า
A2	แทน นโยบายของภาครัฐสามารถนำมาใช้พัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าได้
A3	แทน ภาครัฐมีแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า
A4	แทน ภาครัฐมีการดำเนินงานหรือสนับสนุนกิจกรรมในระบบธุรกิจหมากเฒ่า
A5	แทน ภาครัฐมีการติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าสกลนคร
B1	แทน ความร่วมมือกับองค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจหรือผู้ประกอบการอื่นในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า
B2	แทน การรวมกลุ่มกับผู้ประกอบการอื่นเพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน

ตาราง 9 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ตัวแปร
B3	แทน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ
B4	แทน การถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน
B5	แทน ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน
B6	แทน ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน
C1	แทน การกำหนดแผนการทำงานไวล่วงหน้าเสมอ
C2	แทน แผนงานมีความครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด
C3	แทน มีการวางแผนการทำงานระยะสั้นที่ครอบคลุม 1 ปี
C4	แทน มีการวางแผนการทำงานระยะยาวที่ใช้ระยะในการทำกิจกรรมมากกว่า 1 ปี
C5	แทน มีการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้
C6	แทน มีการวางแผนในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
C7	แทน มีการวางแผนเพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าให้ดีขึ้น
D1	แทน มีการเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าด้วยตนเองอยู่เสมอ
D2	แทน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เสมอ
D3	แทน ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าจากหน่วยงานราชการหรือเอกชนอยู่เสมอ
D4	แทน ได้รับการฝึกฝนทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ
D5	แทน ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าให้แก่คนที่สนใจ
E1	แทน ได้ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าไม่น้อยกว่า 5 ปี

ตาราง 9 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ตัวแปร
E2	แทน เคยประสบปัญหาในธุรกิจหมากเมา และสามารถแก้ปัญหาได้
E3	แทน เคยประสบผลสำเร็จในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหมากเมา
E4	แทน นำประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียนเพื่อพัฒนาการทำงานในปัจจุบันและอนาคต
F1	แทน มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจหมากเมาในเรื่องการผลิต การแปรรูป หรือการตลาดอย่างน้อย 1 เรื่อง
F2	แทน การมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเมาอยู่ในระดับใด
F3	แทน มีทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเมาอยู่ในระดับใด
G1	แทน ได้นำความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจหมากเมาอยู่เสมอ
G2	แทน มีแนวคิดใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจหมากเมา
G3	แทน ได้นำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเมา
G4	แทน ได้นำวิธีการทำงานแบบใหม่เกี่ยวกับธุรกิจหมากเมา
G5	แทน มีการติดต่อสื่อสารธุรกิจหมากเมาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย
H1	แทน คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเมาของท่านได้รับการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง
H2	แทน คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเมาของท่านได้รับการพัฒนาทักษะในการทำงาน อย่างต่อเนื่อง
H3	แทน คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเมาของท่านได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม
H4	แทน คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเมาของท่านมีขวัญและกำลังใจที่ดี
I1	แทน ในรอบปีที่ผ่านมาท่านได้ปริมาณผลหมากเมา หรือ กิ่งพันธุ์หมากเมา หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเมาตามที่ต้องการ

ตาราง 9 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ตัวแปร
12	แทน ในรอบปีที่ผ่านมาผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลัดพันธุ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีคุณภาพดีตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
13	แทน ในรอบปีที่ผ่านมาท่านมียอดขาย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลัดพันธุ์แปรรูปจากหมากเฒ่า
14	แทน ในรอบปีที่ผ่านมาท่านมีกำไรสุทธิจากการทำธุรกิจหมากเฒ่า โดยจำหน่าย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลัดพันธุ์แปรรูปจากหมากเฒ่า ตามที่ต้องการ

4.1 ผลการวิเคราะห์ Normality Test

ผลการวิเคราะห์ Normality Test เป็นการทดสอบถึงการกระจายแบบปกติของข้อมูลแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตาราง 10 การวิเคราะห์ Normality Test เป็นการทดสอบถึงการกระจายแบบปกติของข้อมูล

Descriptive Statistics						
	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
A1	3.56	1.123	−0.6	0.269	−0.210	0.532
A2	3.54	1.090	−0.249	0.269	−0.788	0.532
A3	3.41	1.122	−0.162	0.269	−0.820	0.532
A4	3.40	1.026	0.061	0.269	−0.827	0.532
A5	3.31	1.063	−0.011	0.269	−0.832	0.532
B1	3.81	0.956	−0.414	0.269	−0.324	0.532
B2	3.86	0.924	−0.608	0.269	0.120	0.532
B3	3.91	0.930	−0.596	0.269	0.034	0.532
B4	3.68	0.991	−0.262	0.269	−0.589	0.532
B5	4.14	0.775	−0.412	0.269	−0.709	0.532
B6	4.12	0.862	−0.733	0.269	−0.140	0.532
C1	3.73	0.811	−0.036	0.269	−0.580	0.532
C2	3.61	0.849	−0.044	0.269	−0.582	0.532
C3	3.61	0.819	−0.159	0.269	−0.416	0.532
C4	3.61	0.961	−0.285	0.269	−0.442	0.532
C5	3.56	0.898	−0.192	0.269	−0.676	0.532
C6	3.55	0.926	0.046	0.269	−0.829	0.532
C7	3.60	0.922	−0.103	0.269	−0.787	0.532
D1	3.79	0.896	−0.214	0.269	−0.750	0.532
D2	3.83	0.925	−0.232	0.269	−0.883	0.532

ตาราง 10 (ต่อ)

Descriptive Statistics						
	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
D3	3.67	1.111	-0.228	0.269	-1.076	0.532
D4	3.72	1.158	-0.442	0.269	-0.891	0.532
D5	3.72	1.043	-0.245	0.269	-0.845	0.532
E1	4.54	0.856	-2.168	0.269	4.697	0.532
E2	3.63	0.919	-0.379	0.269	-0.170	0.532
E3	3.55	0.899	0.276	0.269	-0.794	0.532
E4	3.75	0.864	-0.211	0.269	-0.594	0.532
F1	3.68	0.952	-0.745	0.269	0.369	0.532
F2	3.61	0.893	-0.349	0.269	-0.049	0.532
F3	3.56	0.939	-0.421	0.269	0.096	0.532
G1	3.74	0.951	-0.532	0.269	0.252	0.532
G2	3.65	0.915	-0.255	0.269	-0.218	0.532
G3	3.44	1.135	-0.562	0.269	-0.151	0.532
G4	3.31	1.063	-0.661	0.269	-0.028	0.532
G5	3.23	1.232	-0.360	0.269	-0.617	0.532
H1	3.55	0.940	-0.008	0.269	-0.860	0.532
H2	3.63	1.023	-0.42	0.269	-0.347	0.532
H3	3.5	1.031	-0.213	0.269	-0.544	0.532
H4	3.66	0.941	-0.112	0.269	-0.456	0.532
I1	3.15	0.995	0.403	0.269	-0.566	0.532
I2	3.35	1.045	0.137	0.269	-0.610	0.532

ตาราง 10 (ต่อ)

Descriptive Statistics						
	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
13	3.03	1.102	0.124	0.269	-0.577	0.532
14	2.98	1.136	0.209	0.269	-0.592	0.532

จากตาราง 10 พบว่า ค่า Skewness อยู่ระหว่าง -2.168 -0.403 ซึ่งเป็นค่าที่ไม่เกิน 3 แสดงว่ามีการแจกแจงแบบปกติ การพิจารณาจากค่าความโด่ง (Kurtosis) ค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -1.076 -4.697 ซึ่งค่าความโด่ง >3 หมายถึงสูงกว่าโด่งปกติ มีการกระจายน้อย ซึ่งการตรวจสอบการแจกแจงว่าเป็นปกติหรือไม่ จะพิจารณาจากความเบ้ (Skewness) หากค่าของ Skewness อยู่ระหว่าง -3 ถึง $+3$ จะถือว่ามีแจกแจงแบบปกติ

4.2 ผลการวิเคราะห์ Multicollinearity

ผลการวิเคราะห์ถดถอยนี้ ได้ทำการสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 43 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเองสูงหรือไม่ โดยการหาค่า VIF โดยที่ ค่า VIF ไม่เกิน 10 (Belsley, 1991) จะไม่เกิดปัญหา Multicollinearity และ Tolerance จะต้องมียค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1.0 (Allison, 1999)

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ Multicollinearity

	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
A1	-0.120	-0.771	0.443	-0.089	0.390	2.562
A2	0.165	0.990	0.325	0.114	0.340	2.938
A3	0.113	0.483	0.631	0.056	0.174	5.736
A4	0.280	1.141	0.257	0.132	0.157	6.364
A5	0.131	0.640	0.524	0.074	0.226	4.427
B1	0.342	2.026	0.046	0.231	0.381	2.624
B2	-0.166	-0.773	0.442	-0.090	0.236	4.236
B3	0.143	0.609	0.544	0.071	0.197	5.080
B4	0.062	0.439	0.662	0.051	0.541	1.847
B5	-0.016	-0.088	0.930	-0.010	0.328	3.050
B6	0.141	0.766	0.446	0.089	0.321	3.119
C1	0.000	-0.001	0.999	0.000	0.240	4.168
C2	0.477	2.788	0.007	0.312	0.224	4.456
C3	0.390	2.507	0.014	0.283	0.272	3.679
C4	-0.438	-2.585	0.012	-0.291	0.229	4.376
C5	0.076	0.394	0.695	0.046	0.177	5.636
C6	-0.011	-0.059	0.953	-0.007	0.185	5.403
C7	0.190	1.138	0.259	0.133	0.235	4.250
D1	0.242	1.592	0.116	0.182	0.437	2.289
D2	-0.035	-0.200	0.842	-0.023	0.323	3.100
D3	-0.159	-0.856	0.395	-0.099	0.291	3.438
D4	0.248	1.219	0.227	0.140	0.243	4.116
D5	0.245	1.456	0.150	0.167	0.357	2.803

ตาราง 11 (ต่อ)

	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
E1	-0.128	-1.467	0.147	-0.167	0.871	1.148
E2	0.237	2.054	0.043	0.231	0.496	2.014
E3	0.281	2.166	0.033	0.243	0.393	2.543
E4	0.323	2.731	0.008	0.301	0.474	2.108
F1	0.300	2.139	0.036	0.238	0.504	1.984
F2	0.011	0.073	0.942	0.008	0.419	2.388
F3	0.229	1.281	0.204	0.145	0.311	3.213
G1	0.098	0.614	0.541	0.071	0.361	2.769
G2	0.001	0.004	0.997	0.001	0.241	4.148
G3	-0.012	-0.055	0.956	-0.006	0.211	4.749
G4	0.105	0.538	0.592	0.062	0.240	4.161
G5	0.430	2.997	0.004	0.329	0.449	2.230
H1	0.334	1.544	0.127	0.176	0.139	7.203
H2	-0.177	-0.702	0.485	-0.081	0.101	9.853
H3	0.272	1.295	0.199	0.148	0.147	6.794
H4	0.336	1.958	0.054	0.221	0.221	4.535
I1	0.106	0.595	0.554	0.069	0.160	6.244
I2	0.345	2.406	0.019	0.268	0.246	4.062
I3	0.297	1.180	0.242	0.135	0.080	7.485
I4	0.091	0.390	0.698	0.045	0.092	6.845

จากตาราง 11 พบว่า การพิจารณาจากค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.148 – 9.853 เป็นค่าที่ต่ำกว่า 10 และการวิเคราะห์ค่า Tolerance มีค่าอยู่ระหว่าง 0.080 – 0.871 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

4.3 ผลการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปร

ผลการทดสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี Durbin-Watson ของข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อนด้วยวิธี Durbin-Watson

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1.000 ^a	1.000	0	0	1.287

a. Predictors: (Constant) J4, E1, A1, B4, C4, F1, B5, I2, D2, G5, E4, A4, F2, G1, B1, H4, C7, E2, D1, B2, D5, A2, I4, C3, D3, B6, E3, G4, I1, J2, G2, H1, C2, F3, D4, C1, A5, B3, C6, G3, A3, I3, C5, H3, H2, J1, J3

b. Dependent Variable: Total_ALL

จากตาราง 12 ผลการทดสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน Durbin-Watson มีค่า 1.287 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.0–2.5 แสดงว่ามีความเป็นอิสระต่อกัน

4.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยทำการหาค่าเฉลี่ยรวมของตัวแปรทั้ง 9 ตัว ได้แก่ นโยบายภาครัฐ พันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทาง

ธุรกิจ นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และประสิทธิผลของธุรกิจ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจมากที่สุดในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย 8 ตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระที่ 1 นโยบายภาครัฐ

ตัวแปรอิสระที่ 2 พันธมิตรทางธุรกิจ

ตัวแปรอิสระที่ 3 การวางแผนกลยุทธ์

ตัวแปรอิสระที่ 4 การเรียนรู้

ตัวแปรอิสระที่ 5 ประสบการณ์ทางธุรกิจ

ตัวแปรอิสระที่ 6 ความสามารถทางธุรกิจ

ตัวแปรอิสระที่ 7 นวัตกรรม

ตัวแปรอิสระที่ 8 การบริหารทรัพยากรมนุษย์

ตัวแปรตามในการทดสอบครั้งนี้ คือ ประสิทธิผลของธุรกิจ ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ดังตาราง 13

ตาราง 13 การวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจ
มากที่สุดในจังหวัดสกลนครโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

VAR	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
นโยบายภาครัฐ (X1)	1	.484**	.455**	.544**	.347**	.313**	.317**	.470**	.517**
พันธมิตรทางธุรกิจ (X2)		1	.506**	.761**	.637**	.581**	.580**	.458**	.417**
การวางแผนกลยุทธ์ (X3)			1	.490**	.558**	.482**	.531**	.623**	.605**
การเรียนรู้ (X4)				1	.671**	.588**	.618**	.516**	.466**
ประสบการณ์ทางธุรกิจ (X5)					1	.731**	.623**	.686**	.632**
ความสามารถทางธุรกิจ (X6)						1	.796**	.655**	.479**
นวัตกรรม (X7)							1	.659**	.521**
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (X8)								1	.702**
ประสิทธิผลของธุรกิจ (Y)									1

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตาราง 13 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร จำนวน 8 ตัวแปร พบว่าตัวแปรต้นทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยทุกค่าเป็นค่าบวกแสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.313–0.820 ซึ่งเป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ดี

4.5 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรต้นต่อตัวแปรตาม เพื่อคัดเลือกสมการถดถอยที่ดีที่สุด แสดงดังตาราง 14–15 ต่อไปนี้

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	35.244	9	3.916	2013.155	.000**
Residual	.136	70	.001		
Total	35.380	79			

** Significant at the 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ค่าของความแปรปรวนในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งเป็นการยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย นโยบายภาครัฐ พันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางธุรกิจ นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ ประสิทธิผลของธุรกิจ โดยพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ .000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

Independent Variables	β	Std Error	t	Sig	Tolerance	VIF
Constant	0.007	0.033	0.199	0.843		
นโยบายภาครัฐ (X1)	0.103**	0.007	14.264	0.000	0.511	1.955
พันธมิตรทางธุรกิจ (X2)	0.098**	0.011	8.818	0.000	0.354	2.821
การวางแผนกลยุทธ์ (X3)	0.124**	0.009	13.773	0.000	0.500	2.000
การเรียนรู้ (X4)	0.102**	0.010	10.238	0.000	0.303	3.303
ประสบการณ์						
ทางธุรกิจ (X5)	0.114**	0.014	8.147	0.000	0.260	3.848
ความสามารถ						
ทางธุรกิจ (X6)	0.105**	0.012	8.931	0.000	0.262	3.821
นวัตกรรม (X7)	0.096**	0.010	9.404	0.000	0.281	3.560
การบริหารทรัพยากร						
มนุษย์ (X8)	0.143**	0.010	14.932	0.000	0.315	3.178
Dependent Variable: ประสิทธิภาพของธุรกิจ						
Constant(a) = .007, R = .998, R ² = .996, Adjusted R ² = .996, F = .000						

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

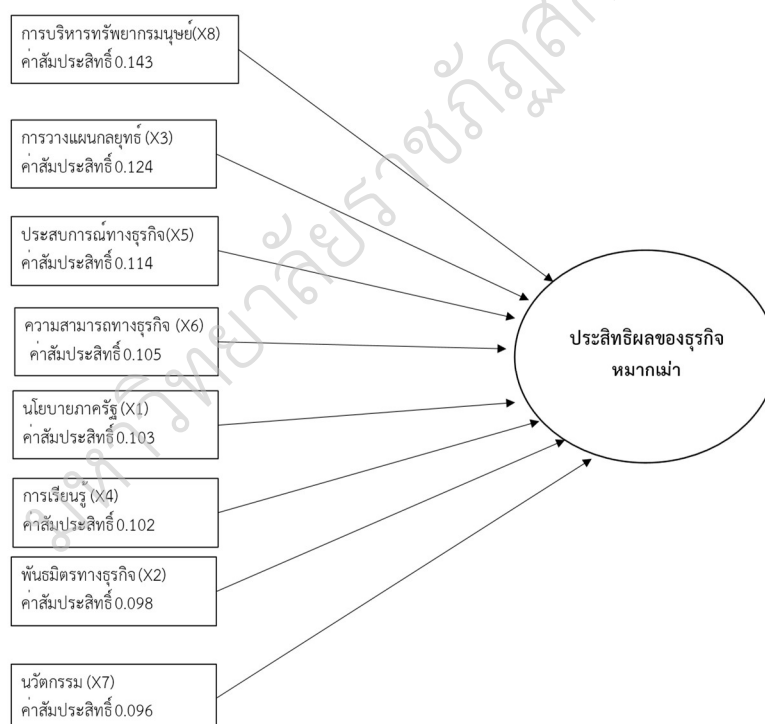
จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า พบว่า ทุกปัจจัยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดงว่า ปัจจัยทั้งหมดสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเม่าในจังหวัดสกลนครได้อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพของธุรกิจได้ร้อยละ 99.80 (Adjusted R² = .996) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .996

ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.143 มีอำนาจ พยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน รองลงมา คือ ปัจจัยการวางแผนกลยุทธ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.124 มีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน และปัจจัย ประสบการณ์ทางธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.114 และมี อำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน และตัวแปรอิสระทุกตัวมีความคลาดเคลื่อนของ การพยากรณ์อยู่ที่ ± 0.007 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้

ประสิทธิผลของธุรกิจ = $0.007 + 0.103(\text{นโยบายภาครัฐ}) + 0.098(\text{พันธมิตรทางธุรกิจ}) + 0.124(\text{การวางแผนกลยุทธ์}) + 0.102(\text{การเรียนรู้}) + 0.114(\text{ประสบการณ์ทางธุรกิจ}) + 0.105(\text{ความสามารถทางธุรกิจ}) + 0.096(\text{นวัตกรรม}) + 0.143(\text{การบริหารทรัพยากรมนุษย์})$

$$Y = 0.007 + 0.103X_1 + 0.098X_2 + 0.124X_3 + 0.102X_4 + 0.114X_5 + 0.105X_6 + 0.096X_7 + 0.143X_8$$

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร สรุปเป็นผังแผนภาพได้ดังนี้



ภาพประกอบ 23 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ระยะที่ 4 ผลการกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

4.1 ผลการกำหนดร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านนโยบายภาครัฐ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านการวางแผนกลยุทธ์ ด้านการเรียนรู้ ด้านประสบการณ์ทางธุรกิจ ด้านความสามารถทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรม และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้

4.1.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านนโยบายภาครัฐ ภาครัฐควรจัดทำนโยบายส่งเสริมและจัดทำแผนพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า ตลอดจนการสนับสนุนกิจกรรมในระบบธุรกิจหมากเฒ่าที่เกี่ยวข้อง และพัฒนาระบบประเมินผลการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าสกลนคร

4.1.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าควรทำความร่วมมือกับองค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจอื่นหรือผู้ประกอบการอื่น ๆ ในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าโดยมีการรวมกลุ่มเพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการอื่น ๆ และมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีร่วมกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน

4.1.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการวางแผนกลยุทธ์ ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าควรมีการกำหนดแผนการทำงานโดยถือเป็นการวางแผนกลยุทธ์ที่มีความครอบคลุมทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด ซึ่งเป็นการวางแผนที่ครอบคลุมทั้งในระยะสั้น 1 ปี และระยะยาวในการทำกิจกรรมที่มากกว่า 1 ปี โดยมีการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ และมีการวางแผนรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าให้ดีขึ้น

4.1.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการเรียนรู้ ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าควรมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจด้วยตนเองอยู่เสมอโดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ พร้อมทั้งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหมากเฒ่าจาก

หน่วยงานราชการหรือเอกชนด้วยโดยได้รับการฝึกทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมาก
เฒ่าและมีการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าให้แก่คนที่สนใจธุรกิจหมากเฒ่า

4.1.5 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านประสบการณ์ทางธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจ
หมากเฒ่าควรนำเอาประสบการณ์ที่เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าทั้งในด้านการประสบปัญหา
และการสามารถแก้ปัญหาได้ โดยใช้ประสบการณ์การประสบผลสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับ
ธุรกิจหมากเฒ่ามาเป็นบทเรียนเพื่อการพัฒนาในปัจจุบันและอนาคต

4.1.6 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการยกระดับความสามารถทางธุรกิจ
ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าควรมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าในเรื่องการ
ผลิต การแปรรูป หรือการตลาด อย่างน้อย 1 เรื่อง โดยมีการยกระดับความรู้และทักษะใน
การทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหมากเฒ่า

4.1.7 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนานวัตกรรม ผู้ประกอบการธุรกิจ
หมากเฒ่าควรมีแนวคิดใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าโดยมีการนำความรู้ใหม่ ๆ
เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน รวมถึงมีวิธีการทำงานแบบใหม่และมี
การติดต่อสื่อสารธุรกิจหมากเฒ่าผ่านทางอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียที่เป็นประโยชน์มา
พัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ

4.1.8 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประกอบการ
ธุรกิจหมากเฒ่าควรมีการพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจ
หมากเฒ่าอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม
ตลอดจนมีขวัญและกำลังใจที่ดีในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า

4.2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย ฯ จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

จากร่างข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ในข้อ 4.1 ได้ถูกนำมาจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย
การพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมี
ส่วนร่วม ได้ข้อเสนอเชิงนโยบาย 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้าน
การตลาด และด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการผลิต ประกอบด้วย

ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแลรักษา ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกและการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่า ละกึ่งพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ และส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดยแต่ละประเด็นมีรายละเอียด ดังนี้

1) ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี หมากเฒ่าสายพันธุ์สายพันธุ์ดีในจังหวัดสกลนคร หมากเฒ่าสายพันธุ์ดีของจังหวัดสกลนครถูกรวบรวม จำนวน 24 สายต้น โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครและสมาคมหมากเฒ่าสกลนครพร้อมที่จะจำหน่ายแจกให้เกษตรกรได้อย่างแพร่หลาย ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางสมาคมหมากเฒ่าสกลนครโดยสวนวรรณวงศ์ได้มอบกิ่งหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีให้กับเกษตรกรในเครือข่ายของสมาคมฯ โดยมีเงื่อนไขว่าแปลงปลูกหมากเฒ่าต้องมีระบบสำหรับให้น้ำหรือแหล่งให้น้ำเพื่อต้องการให้ผู้ปลูกมีผลผลิตที่ดีมีคุณภาพเหมาะสมในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงจากที่ได้มอบกิ่งพันธุ์ดีให้ปลูกเพื่อนำผลหมากเฒ่ามาแปรรูปเป็นไวน์ที่มีรสชาติดี...”

(คนพ วรรณวงศ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“... จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีหมากเฒ่าเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งน้ำหมากเฒ่า และผลหมากเฒ่า ซึ่งมีความจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาสายพันธุ์หมากเฒ่าที่มีคุณภาพดีแจกจ่ายส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่าให้กระจายวงกว้างมากยิ่งขึ้น...”

(อดิสร เชื้อไทย, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

2) สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า สวนหมากเฒ่าของเกษตรกรเพื่อแก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...การแก้ปัญหาการติดผลของหมากเฒ่า ต้องใช้ความรู้และประสบการณ์หลาย ๆ ส่วนผนวกกัน ทั้งในหน่วยงานวิชาการหรือเกษตรกรเองที่ต้องเป็นนักวิจัยเฝ้าสังเกตเก็บข้อมูลในการแก้ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับหมากเฒ่าในแปลงของตัวเองด้วยกัน เนื่องจากงบประมาณในหน่วยงานภาครัฐมีจำนวนจำกัดในการศึกษาวิจัยแก้ปัญหาหากมีการเก็บข้อมูลร่วมกันจะช่วยในการแก้ปัญหาในด้านการปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่าได้รวมถึงการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้วิธีการดูแลรักษาให้ได้ผลผลิตที่ดี...”

(สุดาร์ตน์ สกุลคุ, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

3) ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกและการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าให้มีความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่หมากเฒ่าไทรทอง ได้มีการอบรมให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการปลูกและการดูแลหมากเฒ่าในสวนหรือในแปลงของตัวเองเพื่อให้หมากเฒ่าเจริญเติบโตไม่มีโรคแมลงโดยได้รับความรู้จากทางสำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนครและจากทางสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร ...”

(มีชัย ดีมะการ, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

4) กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่าและกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร มีการกำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่าในคู่มือสมาชิกเพิ่มเติมจากทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีเป้าหมายเพื่อต้องการจำหน่ายหมากเฒ่าเป็นผลไม้สด GI เพื่อยกระดับราคาสินค้าให้สูงมากกว่าปกติ รวมถึงมีการผลิต

กิ่งพันธุ์หมากเฒ่าสายพันธุ์ดีจากผู้เชี่ยวชาญของสมาคมฯ เพื่อต้องการสร้างมาตรฐานและรักษาชื่อเสียงหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร....”

(คนพ วรรณวงศ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

5) ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ดังกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ได้จัดทำแปลงรวบรวมหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นจุดศึกษาดูงานของโครงการอนุรักษ์พันธุ์กรรมพืช และสังคมภายนอกพร้อมกับมีการจำหน่ายกิ่งหมากเฒ่าพันธุ์ดี โดยเน้นหมากเฒ่าสายพันธุ์แถบอำเภวาริชภูมิ อำเภอสว่างแดนดิน และ อำเภอพรรณานิคม....”

(สุจิตรา เจาะจง, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...สวนวรรณวงศ์ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครจัดทำแหล่งเรียนรู้เรื่องสายพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีประโยชน์มากสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ความหลากหลายของสายพันธุ์หมากเฒ่า ซึ่งหากมีแหล่งเรียนรู้สายพันธุ์หมากเฒ่าในหลายพื้นที่ก็จะช่วยส่งเสริมให้สังคมภายนอกได้รู้จักหมากเฒ่าและคุณสมบัติของหมากเฒ่ามากยิ่งขึ้น....”

(คนพ วรรณวงศ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

6) ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดยการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหมากเฒ่าดังกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...จังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางพันธุ์กรรมของหมากเฒ่า เนื่องจากที่มีต้นหมากเฒ่าที่ขึ้นเองตามธรรมชาติกระจายตัวอยู่จำนวนมากในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร จึงควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสายต้นข้อมูลคุณภาพของผลผลิตพิกัดที่ตั้งเพื่อเป็นฐานข้อมูลช่วยสนับสนุนด้านวิชาการเกี่ยวกับสาย

พันธุ์หมากเฒ่าให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสายพันธุ์ของหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร....”

(สุตารัตน์ สกุลคู, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

4.2.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการแปรรูป ประกอบด้วย

กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลายและพัฒนานำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก แต่ละประเด็นมีรายละเอียด ดังนี้

1) กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...การแปรรูปน้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า แม้ผู้แปรรูปในจังหวัดสกลนคร จะมีการแปรรูปตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขก็ตามแต่รสชาติ ความเข้มข้นของสินค้ายังมีความแตกต่างกันไปตามตลาดของผู้แปรรูปแต่ละราย ซึ่งของกฎหมายเครื่องดื่มแม้ว่าสินค้าจะมีราคาสูงกว่าผู้แปรรูปรายอื่นก็ตาม แต่ก็สามารถที่จะจำหน่ายสินค้าได้อย่างดีเนื่องจากความเข้มข้นของน้ำหมากเฒ่าและคุณภาพของสินค้า ดังนั้นผู้แปรรูปจึงควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานสนองความต้องการของตลาด....”

(เกรียงไกร นาคสวัสดิ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...กลุ่มบ้านบัว มีการผลิตน้ำหมากเฒ่าส่งบริษัทเลมอนฟาร์มที่เป็นร้านสินค้าเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มใช้ผลหมากเฒ่าอินทรีย์แปรรูปเป็นน้ำผลไม้ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดที่ทางเลมอนฟาร์มกำหนดที่เน้นใช้วัตถุดิบที่มีมาตรฐานเกษตรอินทรีย์โดยสามารถทำการตลาดในกรุงเทพฯ ได้อย่างดี....”

(แตงอ่อน ศรีมุกดา, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

2) ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าตัวแปรการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่เกี่ยวข้องกับคนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าได้มีความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการทำงานมากำหนดเป็นข้อเสนอฯ และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ในปัจจุบันผู้แปรรูปควรจะมีความรู้ที่หลากหลายเพื่อผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้าชนิดไหนก็ตามซึ่งตัวเองสนใจการแปรรูปไวน์หมากเฒ่าที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพดีหากมีการจัดการอบรมการเป็นนักแปรรูปที่เน้นสอนผลิตไวน์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน และสอนการทำการตลาดออนไลน์ก็จะการสร้างความสามารถในการแปรรูปและการตลาดซึ่งจะช่วยให้ผู้แปรรูปจำหน่ายสินค้าได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต....”

(ต้นเฒ่า พันธนิติ, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

3) ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลายและพัฒนาไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าตัวแปรนวัตกรรม ที่มีการนำความรู้ แนวคิด และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ มาพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายในการกำหนดข้อเสนอฯ และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางเครือข่ายอินแปงมีการส่งเสริมให้พี่น้องเกษตรกรปลูกหมากเฒ่าแบบอินทรีย์ ซึ่งถ้าหากมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความหลากหลาย นอกจากน้ำผลไม้และไวน์หมากเฒ่า โดยอาจจะมีการวิจัยให้ใช้ประโยชน์จากใบหรือส่วนอื่น ๆ ให้เป็นยารักษาโรค หรือเป็นอาหารเสริม ก็จะทำให้เกษตรกรมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น....”

(วัชชัย ภูณวงษ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...นอกจากจะเป็นอาหารเสริมหรือสินค้าที่มีมูลค่าสูง ส่วนตัวยังมีความเห็นว่าการแปรรูปเป็นขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ ทานเล่น ให้กลุ่มเป้าหมายเด็ก หรือวัยรุ่นเพิ่มเติมอีกทางเพื่อใช้วัตถุดิบจากหมากเฒ่าให้คุ้มค่า....”

(โสมธิดา สุวรรณเก, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“... พูดถึงในเรื่องผลิตภัณฑ์มีการทำทั้งในส่วนของการศึกษาและส่วนที่พัฒนาที่ร้านฮุกคาเฟ่ ในส่วนของการศึกษา ทำ Startup โดยไปนำเสนอแผนธุรกิจจนได้รางวัลในระดับแผนธุรกิจถ้าทางสมาคมหรือใครจะนำแผนธุรกิจนี้ไปใช้ก็จะดีแต่ไม่ยากทำมากเม่าให้ราคาถูก โดยมีราคาถูกในกลุ่มเป้าหมายคือเป็นนักศึกษาแล้วคนที่ไม่รู้จักน้ำหมากเม่ามาก่อนซึ่งไม่สามารถกินน้ำหมากเม่าที่เข้มข้นแบบที่เรากินได้ ซึ่งนักศึกษาไม่กินเลยทำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในลักษณะเม่าซ่าเป็นการอัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์มีความคล้ายน้ำอัดลมแต่มีราคาถูก ในโมเดลธุรกิจไม่ได้มาจากน้ำเม่าโดยไม่ได้นำเอาน้ำเม่าแท้มาผลิตแต่โมเดลธุรกิจคือการเอากากเม่ามาใช้ซึ่งเป็นงานวิจัยว่าผลหมากเม่านำมาสกัดเป็นน้ำเม่าแท้มี กากมีสารสำคัญที่เหนือมากกว่าในน้ำ ซึ่งโมเดลธุรกิจโดยการนำเอากากไปสกัดเพิ่มใช้ 1 กิโลกรัมจะได้น้ำเม่าออกมาประมาณ 1 ลิตร ระยะเวลาสกัด 1 คืนจะคล้ายกับการหมักเพื่อที่จะได้เม่าสกัดออกมาในปริมาณที่ได้สารสำคัญแล้วเอาตรงนั้นมาปรุงรสและอัดก๊าซขายเป็นน้ำอัดลมได้ในเรื่องของสุขภาพด้วย จำหน่ายสินค้าเป็นตลาดวัยรุ่นได้ สร้างตลาดใหม่อีกทาง....”

(รุ่งกานต์ บุญนาถกร, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

4) ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่าในจังหวัดสกลนครในด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเห็นด้วยมากเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีรสชาติที่อร่อย มีสีสันทันรับประทาน ซึ่งนำมากำหนดเป็นข้อเสนอ และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางสหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้างมีความยินดีที่จะเสนอให้มีโรงงานกลางที่เป็นส่วนรวมหรืออาจจะปรับโรงงานของสหกรณ์ฯ ให้เป็นโรงงานกลางที่ช่วยรองรับผู้แปรรูปรายอื่น ๆ ที่มีความต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเม่าที่มีมาตรฐาน หรือรองรับเกษตรกรผู้ปลูกหมากเม่าที่ต้องการแปรรูปผลหมากเม่าเป็นผลิตภัณฑ์ของตัวเอง รวมถึงผู้สนใจจ้างผลิตสินค้าภายนอก....”

(เกษม จันทร์ไตร, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...จากที่ได้เข้าไปเป็นที่ปรึกษาให้ทางสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร ทางมหาวิทยาลัยฯ สามารถให้คำแนะนำในการเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นโรงงานสวนกลางของสมาคมฯ ได้....”

(สุกัญญา สายธิ, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

4.2.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการตลาด ประกอบด้วย

ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้าพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี แต่ละประเด็นมีรายละเอียด ดังนี้

1) ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...เราควรช่วยกันประชาสัมพันธ์คุณสมบัติของหมากเฒ่า ทั้งประโยชน์ของผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้หรือไวน์หมากเฒ่าให้ตลาดได้รู้จักด้วยความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าที่เราผลิตเองขายเองและบริโภคเองเพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร....”

(อรรถัย ชันธแก้ว, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...ลูกชายเคยป่วยเป็นเนื้องอกในสมองซึ่งได้ไปพบแพทย์เพื่อรักษา แต่แพทย์วินิจฉัยไม่ผ่าตัดให้เนื่องจากเนื้องอกอยู่ในตำแหน่งที่หากผ่าตัดแล้วจะเกิดอันตรายถึงชีวิตได้แต่เพียงรักษาติดตามอาการ จึงได้กลับมาทำน้ำหมักจากผลหมากเฒ่ากินควบคู่ไปด้วยปรากฏว่าเมื่อไปพบแพทย์ตรวจติดตามขนาดของก้อนเนื้องอกลดลงจึงเชื่อมั่นในคุณสมบัติของหมากเฒ่ามาก และเชื่อว่าหากเราช่วยกันประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ของหมากเฒ่าให้

สังคมภายนอกได้รับทราบจะเป็นประโยชน์กับการขายผลหมากรากไม้จากอีกทางจากประสบการณ์
ของตัวเองที่ได้เจอมา....”

(ลำพงษ์ บุตรศรี, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...วันนี้ถือว่าเป็นวันที่ผมนั้นได้มาเก็บเอาองค์ความรู้เพื่อที่จะได้ไปนำเสนอ
ให้กับคณะท่านผู้บริหารอย่างจริงจังหรือไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออกไปแต่ขออนุญาต
แลกเปลี่ยนในส่วนของกลางน้ำของปลายน้ำในการสร้างการรับรู้โดยเฉพาะการสร้างการ
รับรู้ในเรื่องของคุณค่าหรือสรรพคุณของหมากเฒ่าอย่างเช่นที่อาจารย์สุรัตน์ได้เรียนให้
ทราบแล้วซึ่งผมก็เพิ่งทราบว่าตัวหมากเฒ่ามีคุณสมบัติต้านโรคเอสส์ก็เลยได้เกิดความคิด
ขึ้นว่าในจังหวัดสกลนครนี้โดยคนทั่ว ๆ ไปที่ไม่ได้อยู่ในสายของหมากเฒ่าอาจจะยังไม่รู้ใน
เรื่องของสรรพคุณซึ่งผมคิดว่ามันเป็นสรรพคุณที่ดีก็อยากจะเป็นในลักษณะแลกเปลี่ยนว่า
มีวิธีการยังไงที่จะสร้างการรับรู้ให้กับคนทั่วไปให้เขาได้เห็นคุณสมบัติของน้ำเฒ่าซึ่งเป็น
ผลิตภัณฑ์โค ข้าว เฒ่า คราม ของจังหวัดสกลนคร ให้เขาได้เห็นคุณค่าของน้ำเฒ่าใน
เชิงผลิตภัณฑ์ที่เป็นน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ....”

(อาทิตย์ คำศรี, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

2) ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อ
จำหน่ายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าตัว
แปรความสามารถทางธุรกิจที่นำมากำหนดข้อเสนอ ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจหมาก
เฒ่ามีความสามารถที่แสดงออกถึงการกระทำหรือระดับการมีความรู้และทักษะในการ
ดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...เป็นผู้จำหน่ายสินค้าที่ตลาดริมตลิ่ง เส้นทางสกลนคร-กาฬสินธุ์ อำเภอกุสุมาลย์
และเป็นผู้แปรรูปหมากเฒ่าด้วย โดยปกติจะขายสินค้าดีมากในช่วงเทศกาลสำคัญ ๆ เช่นวัน
ปีใหม่ วันสงกรานต์ ส่วนช่วงเวลาอื่น ๆ ก็พอขายได้จากลูกค้าที่ผ่านไปผ่านมา แต่พอมี
โอกาสได้ใช้โซเชียลมีเดียเข้ามาช่วยทำให้ขายสินค้าได้ขายมากขึ้นไม่ต้องรอเฉพาะช่วง
เทศกาล จึงคิดว่าสมาคมฯ ควรสนับสนุนให้สมาชิกใช้สื่อออนไลน์ขายสินค้า ผ่านเพจ
ส่วนตัวและเพจส่วนรวมของสมาคมฯ เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าจากหมากเฒ่า....”

(มาลัย ไชยศรีหา, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...ความเป็น GI นี่คือจุดแข็ง ตอนนี้เกือบทุกโรงงานแปรรูปสามารถเข้าถึง GI หากเรามีแผนในเรื่องของการทำตลาดออนไลน์ ซึ่งมองแล้วตอนนี้ในเรื่องของการทำตลาดออนไลน์การทำเพจมีความสะดวกดีขึ้นจากที่เคยลงไปขายสินค้าไกล ๆ มีต้นทุนสูงอะไรที่สูง ครั้งแรก ๆ ก็เครียดเหมือนกันว่าจะขายได้ไหมโดยผ่านออนไลน์อะไรแบบนี้ มันเป็นความเคยชินที่เราต้องออกบูธ การทำมาหากินแบบนี้แบกไปเจอผู้ค้าแบบนี้ มันเป็นความเคยชินเก่า ๆ พอเรามาเจอวิกฤติมันทำให้ต้องสู้ เพราะมีสินค้าเราก็ต้องทำให้ได้ แม้ว่าการไปพบปะมันก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งเพราะได้พูดได้คุยแต่ทางออนไลน์ก็เป็นเครื่องมือสำคัญ ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งแล้วก็มีกลุ่มของคนรุ่นใหม่ที่เราต้องเรียนรู้ปรากฏว่ามันเป็นทางออกที่ดีมากคือการสร้างการรับรู้ไว้คือเรามีข้อมูลมีของดี...”

(ประรศ วิศิธา, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมาแม่โดยเน้นจุดเด่นของหมาแม่ในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...เราควรใช้จุดเด่นของหมาแม่ในแต่ละพื้นที่ในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนคร เช่น หมาแม่สายบุญที่บ้านนาในพรรณานิคม หมาแม่อินทรีย์บ้านบัวกุดบาก หรือหมาแม่ปลูกแบบวนเกษตรที่วัดป่าชมภูพาน ในการสนับสนุนเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในของจังหวัดสกลนครเรา....”

(อรทัย ชันธแก้ว, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...สำนักงานท่องเที่ยวและการกีฬาจังหวัดสกลนครมีแผนงานในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนสินค้าเด่นของจังหวัดสกลนครเช่นกัน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการหมาแม่ที่จะจำหน่ายสินค้าได้”

(ดลจินดา โมธรรม, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางเทศบาลตำบลสร้างค้อ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร มีแผนงานในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหมาแม่ของตำบลสร้างค้อในงานเทศกาลของของดีสร้างค้อ

อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนครซึ่งมีส่วนที่จะช่วยให้หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นอีกทางซึ่งหากต้องการให้ขยายครอบคลุมทั้งจังหวัดสกลนคร ต้องมีการหารือกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร เพื่อจัดทำแผนงบประมาณ....”

(มีชัย ตีมะการ, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

5) ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...เสนอให้มีการจัดงานเทศกาลหมากเฒ่าประจำปีโดยจัดเป็นประจำทุกปี เหมือนในยุคแรก ๆ ของการส่งเสริมธุรกิจหมากเฒ่าที่มีหลายฝ่ายร่วมมือกันทำงานจัดกิจกรรมร่วมกันทั้งภาคราชการและเอกชน....”

(กฤษฎา พชรเนตร, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...ทางสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร ยินดีสนับสนุนให้มีการจัดประชาสัมพันธ์หมากเฒ่า เนื่องจากหมากเฒ่าเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีการพัฒนา ร่วมกันมาอย่างต่อเนื่องและได้รับความร่วมมือกันหลายภาคส่วนในจังหวัดสกลนคร....”

(เกศินี พวงประดิษฐ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

4.2.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี ประกอบด้วย

ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรรมหมากเฒ่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของหมากเฒ่า สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าตลอดห่วงโซ่การผลิต ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้า GI เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าน้ำหมากเฒ่าสกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงานหมากเฒ่าครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากเฒ่าสกลนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมากเฒ่าให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัด

สกลนคร เช่น การใช้น้ำหมากเฒ่าในจัดเป็นอาหารว่างในการประชุมหน่วยงาน และ ใช้เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น แต่ละประเด็นมีรายละเอียด ดังนี้

1) ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรรมหมากเฒ่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของหมากเฒ่า ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้มีโครงการส่งนักศึกษาระดับปริญญาตรีมาฝึกงานที่สวนวรรณวงศ์ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับหมากเฒ่าทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางเพื่อสร้างผู้ประกอบการใหม่ซึ่งน่าจะเป็นรูปแบบในการสร้างทายาทผู้ประกอบการหมากเฒ่าได้ในการส่งเสริมธุรกิจหมากเฒ่าให้ยั่งยืนได้อีกทาง...”

(เรืองฤทธิ์ หาญมนตรี, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

2) สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าตลอดห่วงโซ่การผลิต ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ได้ทดลองการห่อผลหมากเฒ่าโดยหาวิธีอื่น ๆ มาประยุกต์ใช้ได้เพื่อให้ผลหมากเฒ่ามีความสวยและป้องกันเรื่องของนกจิกกินได้ซึ่งการห่อขวดสามารถช่วยป้องกันได้มาก ยืดระยะเวลาการวางหล่นได้ที่สำคัญหลังจากที่ได้ฟังประเด็นปัญหาการประชุมก็ได้ประเด็นวิจัยเพิ่มขึ้น ซึ่งสนใจในเรื่องที่การกระตุ้นการออกดอกของหมากเฒ่าโดยลิ้มไปว่าการกระตุ้นการออกดอกมันทำให้เราลืมนึกถึงเรื่องสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมมันจึงไม่สามารถที่จะพัฒนามาเป็นผลได้ แม้ว่าเราจะหาเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วย เรื่องของการให้น้ำให้ความชื้นอะไรก็ตาม ต่อไปที่จะต้องศึกษาคือทำอย่างไรให้มันออกดอกซ้ำในช่วงเดือนที่ต้องการเพื่อที่จะได้รับน้ำตามธรรมชาติ ซึ่งทางสมาคมหมากเฒ่าฯ ต้องมาช่วยกันสนับสนุนให้เกิดการวิจัยเกี่ยวกับหมากเฒ่าในแต่ละประเด็นเพื่อแก้ปัญหาช่วยกันในส่วนของการติดดอกออกผลร่วมกับหน่วยงานด้านวิชาการ....”

(สุจิตรา เจาะจง, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

3) ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้า GI เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าหมากเฒ่าสกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร ดังคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...จากสิ่งที่ผมเคยเฝื่อนว่าอยากได้ก็คือคำว่า GI น้ำหมากเม่าก็อยากได้ สอนก็อยากได้แต่ได้มาแล้วผมไม่ได้พาดพิงถึงใครแต่พาดพิงถึง GI จากเดิมผมเคยขายน้ำหมากเม่าขวดหนึ่งก็ประมาณสามสิบถึงสามสิบห้าบาท โชคดีออกอีเว้นท์ก็ได้ราคาสี่สิบบาทต่อขวดขนาดสามร้อยซีซี ถ้าผมได้ GI น้ำหมากเม่าผมก็ยอมขายเหมือนเดิม สามสิบห้าสิบลีบ บาทและผลหมากเม่าก็ยังเหมือนเดิมแปลง GI ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผมอยากจะสะท้อนว่าจากเดิมที่เราปลูกกันมาหรือเราแปรรูปกันมาจากทางภาครัฐสนับสนุนให้ได้มาตรฐานGI แล้วก็สมควรที่จะได้รับการยกระดับราคาขายสินค้า GI ขึ้นแต่ปรากฏว่าราคายังเหมือนเดิม จึงเป็นสิ่งที่ของคนที่ได้ GI สะท้อนมายังสมาคมฯ จะทำอย่างไรให้คนที่ได้GI นำไปใช้ประโยชน์หรือเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าผลิตภัณฑ์....”

(คนพ วรรณวงศ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

4) ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงานหมากเม่าครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร ซึ่งสอดคล้องกับการนำตัวแปรของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเม่าตัวในด้านของประสบการณ์ทางธุรกิจ และการเรียนรู้มากำหนดข้อเสนอแนะ และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ทางภาคการเกษตรต้นน้ำต้องรู้ว่าหมากเม่าที่ดีที่สุดคือ สายพันธุ์อะไรที่ควรส่งเสริม โดยต้องแบ่งโซน และสายพันธุ์ด้วยส่วนกลางน้ำก็จะตามมาเอง พอได้วัตถุดิบกลางน้ำก็พร้อมโดยมี 15 โรงงานที่พร้อมที่อยากจะได้หมากเม่าไปแปรรูป แต่หมากเม่ามันไม่มีในส่วนของการตลาดที่นำไปขายตลาดก็มาก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องมามองแบ่งโซนและสายพันธุ์ โดยสิ่งที่ส่งเสริมให้เกษตรกรในโซนนี้มีอะไรให้ครบวงจรเป็นแปลงสาธิต พร้อมให้คนดูงานได้ของจังหวัดสกลนคร...”

(คนพ วรรณวงศ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

5) ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากเม่าสกลนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมากเม่าให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเม่าตัวแปรการวางแผนกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาดของธุรกิจหมากเม่าในจังหวัดสกลนคร และตัวแปรพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดการ

รวมกลุ่มเพื่อรักษาประโยชน์ช่วยเหลือและสนับสนุนกันและกันมากำหนดข้อเสนอฯ และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...ก่อนที่สมาคมหมากเฒ่าสกลนครจะมีการยกระดับองค์กรได้มีการตัวช่วยเหลือกันโดยจัดตั้งองค์กรมาจากชมรมหมากเฒ่าสกลนครโดยได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน และหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งชมรมมีกิจกรรมที่สำคัญคือมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ส่วนกลางของชมรมฯ คือน้ำหมากเฒ่า 100% จำหน่ายรายได้เข้าใช้ในส่วนกลางซึ่งช่วยกิจกรรมของชมรมได้มาก จึงคิดว่าหากสมาคมหมากเฒ่าฯ ควรมียาได้จากงบบริจาคหรือมีงบประมาณจากภายนอกเข้ามา ซึ่งอาจจะมีการผลิตสินค้าส่วนกลางจำหน่ายเป็นรายได้ของสมาคมฯ ก็จะทำให้สมาคมฯ มีความคล่องตัวในการบริหารงานและช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกได้....”

(เกรียงไกร นาคสวัสดิ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...เสนอให้สมาคมหมากเฒ่าฯ มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากช่องทางใดช่องทางหนึ่งเสริมเข้ามาเพราะว่าสมาคมฯ มีรายได้น้อยเนื่องจากที่สมาชิกจำนวนน้อย แต่มีรายจ่ายที่ต้องใช้เป็นประจำมีหลายกิจกรรมการจัดประชุมต่าง ๆ หากสมาคมฯมีรายได้ก็จะสามารถพัฒนางานส่วนกลางได้โดยไม่ขัดสน....”

(ต้นเฒ่า พันธนิติ, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

6) ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้น้ำหมากเฒ่าในจัดเป็นอาหารว่างในการประชุมหน่วยงาน และ ใช้เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าตัวแปรนโยบายภาครัฐ โดยที่ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมระบบธุรกิจหมากเฒ่าในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า และสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้เชี่ยวชาญในการประชุมว่า

“...เสนอควรให้มีการใช้น้ำหมากเฒ่า หรือขนมจากหมากเฒ่าเป็นอาหารว่างในการจัดเบรคในการประชุมส่วนราชการประจำจังหวัด หรือการประชุมของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในจังหวัดสกลนคร เพื่อสนับสนุนธุรกิจหมากเฒ่าอีกทาง....”

(ธวัชชัย กุณวณิช, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

“...ทางสมาคมหมากเฒ่าควรจัดกระเช้าของที่ระลึก ไปเป็นตัวอย่างมอบ
ขอบคุณองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครที่ได้ช่วยสนับสนุนเงินรางวัลสมาคมฯ ในการ
จัดกิจกรรมการประกวดของสมาคมฯ เอง ซึ่งจะเป็นตัวอย่างที่ดีในการประชาสัมพันธ์การ
จัดทำของที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์ของสมาชิกสมาคมฯ ด้วย...”

(เกรียงไกร นาคสวัสดิ์, 25 กุมภาพันธ์ 2565)

สรุปได้ว่า ผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดทำร่าง
ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มี 4 ด้าน 21
กลยุทธ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้สรุปเชิงเนื้อหา ดังนี้

4.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด

สกลนคร

ผลการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ข้อ 4.1, 4.2 ได้สังเคราะห์ข้อเสนอเชิง
นโยบาย 4 ด้าน ดังนี้

4.3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนากการผลิต

ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนากการผลิต มี 6 ประการดังนี้

- 1) ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี
- 2) สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแล
รักษาดันหมากเฒ่า สวนหมากเฒ่าของเกษตรกรเพื่อแก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า
- 3) ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการ
ปลูกและการดูแลรักษาดันหมากเฒ่า
- 4) กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่า และกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัด

สกลนคร

- 5) ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่ง
เรียนรู้

6) ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดยการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหมากเฒ่า

4.3.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนาการแปรรูป

ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการแปรรูป มี 4 ประการดังนี้

- 1) กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า
- 2) ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น
- 3) ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลาย และพัฒนานำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
- 4) ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก

4.3.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนาการตลาด

ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนาการตลาด มี 5 ประการดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า
- 2) ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้า
- 3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร
- 4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค
- 5) ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี

4.3.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนาการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

ข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ด้านการพัฒนาการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มี 6 ประการดังนี้

- 1) ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรกรมกมกเมาที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของกรมกมกเมา
- 2) สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรมกมกเมาตลอดห่วงโซ่การผลิต
- 3) ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้า GI เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าน้ำกรมกมกเมาสกจนคร กรมกมกเมาสกจนคร
- 4) ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงานกรมกมกเมาครบวงจร ของจังหวัดสกจนคร
- 5) ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมกรมกมกเมาสกจนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจกรมกมกเมาให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก
- 6) ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกรมกมกเมาในจังหวัดสกจนคร เช่น การใช้น้ำกรมกมกเมาในจัดเบรคการประชุมหน่วยงาน และ ใช้เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น

จากนั้นได้นำข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจกรมกมกเมาในจังหวัดสกจนคร มาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจกรมกมกเมาในจังหวัดสกจนคร ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินความสอดคล้อง 3 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ประกอบด้วย 1) ด้านการพัฒนาการผลิต จำนวน 6 ข้อ 2) ด้านการพัฒนาการแปรรูป จำนวน 4 ข้อ 3) ด้านการพัฒนาการตลาด จำนวน 5 ข้อ 4) ด้านการพัฒนาสนับสนุนส่งเสริม จำนวน 6 ข้อ

4.4 ผลการยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจกรมกมกเมาในจังหวัดสกจนคร

ผลการยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจกรมกมกเมาในจังหวัดสกจนคร ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน เลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาระบบธุรกิจ

หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมและรายด้าน ดังตาราง 15

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลของข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนา
ระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยรวมและรายด้าน

(N=15)

ข้อ ขอ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนา ระบบธุรกิจหมากเฒ่า ในจังหวัดสกลนคร	ความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	แปล
	ด้านการผลิต			
1	ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี	1	0	เห็นด้วย
2	สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการ ปลูกการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า สวนหมากเฒ่าของ เกษตรกรเพื่อแก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า	0.9	0.2	เห็นด้วย
3	ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และ ความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกและการดูแลรักษาต้น หมากเฒ่า	1	0	เห็นด้วย
4	กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่า และกิ่งพันธุ์หมากเฒ่า ของจังหวัดสกลนคร	1	0	เห็นด้วย
5	ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้	1	0	เห็นด้วย
6	ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดย การจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของ ผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหมากเฒ่า	0.9	0.2	เห็นด้วย
	เฉลี่ยรวม	1.0	0.1	เห็นด้วย

ตาราง 16 (ต่อ)

ข้อ ขอ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนธุรกิจหมาก เฒ่าในจังหวัดสกลนคร	ความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	แปล
	ด้านการแปรรูป			
1	กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของ จังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า	1	0	เห็นด้วย
2	ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์ หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาด ออนไลน์ เป็นต้น	0.9	0.3	เห็นด้วย
3	ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความ หลากหลายและพัฒนานำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม	1	0	เห็นด้วย
4	ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อรองรับตลาดส่งออก	1	0	เห็นด้วย
	เฉลี่ยรวม	0.9	0.2	เห็นด้วย
	ด้านการตลาด			
1	ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจาก ประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวกับหมากเฒ่า	0.9	0.9	เห็นด้วย
2	ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพจ ประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้า	1	0	เห็นด้วย
3	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของ หมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร	0.9	0.3	เห็นด้วย
4	จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค	1	0	เห็นด้วย

ตาราง 16 (ต่อ)

ข้อ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมาก แม่ในจังหวัดสกลนคร	ความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	แปล
5	ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาล ประชาสัมพันธ์หมากแม่ประจำปี	1	0	เห็นด้วย
	เฉลี่ยรวม	1.0	0.1	เห็นด้วย
	ด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากภาคี			
1	ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรหมากแม่ที่มี ความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของ หมากแม่	1	0	เห็นด้วย
2	สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากแม่ตลอด ห่วงโซ่การผลิต	1	0	เห็นด้วย
3	ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าGIเพื่อยกระดับมูลค่า สินค้าน้ำหมากแม่สกลนคร หมากแม่สกลนคร	1	0	เห็นด้วย
4	ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงานหมาก แม่ครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร	1	0	เห็นด้วย
5	ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากแม่สกลนครมี รายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมากแม่ ให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือ เพื่อนสมาชิก	0.9	0.3	เห็นด้วย
6	ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก หมากแม่ในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้น้ำหมากแม่ ในจัดเบรกการประชุมหน่วยงาน และ เป็นของที่ระลึก ต่าง ๆ	1	0	เห็นด้วย
	เฉลี่ยรวม	1.0	0.04	เห็นด้วย
	เฉลี่ยรวมทั้งหมด	1.0	0.1	เห็นด้วย

จากตาราง 16 ผลการยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมาก
เฒ่าในจังหวัดสกลนครรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ด้านการผลิต มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ 1.0 และเมื่อ
พิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ส่งเสริมการปลูกหมาก
เฒ่าสายพันธุ์ดี, ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการ
ปลูกและการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า, กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่าและกิ่งพันธุ์หมากเฒ่า
ของจังหวัดสกลนคร, ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่ง
เรียนรู้ มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา คือ สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมี
การเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า สวนหมากเฒ่าของเกษตรกรเพื่อ
แก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า และ ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดย
การจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้น
หมากเฒ่า มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

ด้านการแปรรูป มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 และเมื่อ
พิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยคือ กำหนดมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า,
ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลายและพัฒนานำไปสู่การ
เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม, ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อ
รองรับตลาดส่งออก มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา คือ ส่งเสริมและ
พัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์
การตลาดออนไลน์ เป็นต้น มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

ด้านการตลาด มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 และเมื่อ
พิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาด
ออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้า, จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่
เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค, ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาล
ประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา
คือส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า
โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า, พัฒนาแหล่ง
ท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร
มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

ด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 และเมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรหมากเฒ่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของหมากเฒ่า, สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าตลอดห่วงโซ่การผลิต, ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้า GI เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าหมากเฒ่า สกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร, ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงานหมากเฒ่าครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร, ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้น้ำหมากเฒ่าในจัดเบรกการประชุมหน่วยงาน และ เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา คือ ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากเฒ่าสกลนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมากเฒ่าให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยรวมมีความสอดคล้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการพัฒนาการผลิตมีความสอดคล้องเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00, ด้านการแปรรูป มีความสอดคล้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9, ด้านการตลาด มีความสอดคล้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00, ด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีความสอดคล้องเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00 ตามลำดับ

4.5 สรุปข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ดังนั้นสรุปได้ว่า ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร มี 4 ด้าน 21 กลยุทธ์ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังตาราง 17

ตาราง 17 ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัดสกลนคร

ข้อ	กลยุทธ์	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
	ด้านการผลิต	
1	ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร
2	สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า สวนหมากเฒ่าของเกษตรกรเพื่อแก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สถาบันอุดมศึกษา
3	ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกและการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร เกษตรแปลงใหญ่ และสำนักงาน เกษตรจังหวัดสกลนคร
4	กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่า และกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร
5	ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร
6	ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดยการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้น คุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหมากเฒ่า	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร
	ด้านการแปรรูป	
1	กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร สำนักงานสาธารณสุข และ สำนักงานสรรพสามิตฯ

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	กลยุทธ์	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
2	ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และสถาบันอุดมศึกษา
3	ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลายและพัฒนานำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร สำนักงานสาธารณสุข และสถาบันอุดมศึกษา
4	ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร สำนักงานสาธารณสุข และสถาบันอุดมศึกษา
ด้านการตลาด		
1	ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหมากเฒ่า	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และสำนักงานพัฒนาชุมชน
2	ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้า	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และสำนักงานพาณิชย์
3	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร (สวนวรรณวงศ์ และ ภูโพรสาร) และสำนักงานพัฒนาชุมชน
4	จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร เทศบาลตำบลสร้างค้อ องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร และสำนักงานท่องเที่ยวและการกีฬา

ตาราง 17 (ต่อ)

ข้อ	กลยุทธ์	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
5	ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาล ประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร เทศบาลตำบลสร้างค้อ องค์การ บริหารส่วนจังหวัดสกลนคร สำนักงานพาณิชย์ และสำนักงาน ท่องเที่ยวและการกีฬาฯ
ด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี		
1	ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรรมหมาก เฒ่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การ ผลิตของหมากเฒ่า	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สถาบันอุดมศึกษา
2	สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า ตลอดห่วงโซ่การผลิต	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สถาบันอุดมศึกษา
3	ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าGIเพื่อยกระดับ มูลค่าสินค้าหมากเฒ่าสกลนคร หมากเฒ่า สกลนคร	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สำนักงานพาณิชย์
4	ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงาน หมากเฒ่าครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร และ สำนักงานเกษตรฯ
5	ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากเฒ่าสกลนครมี รายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมาก เฒ่าให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจน ช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร
6	ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูป จากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้น้ำ หมากเฒ่าในจัดเบรกการประชุมหน่วยงาน และ เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ	สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร สำนักงานจังหวัดสกลนคร และ องค์การบริหารส่วนจังหวัดฯ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยผสมผสาน (Mix Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิง
คุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)
ดำเนินการวิจัย เป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าใน
จังหวัดสกลนคร ในประเด็นด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริม
จากหน่วยงานภาคี

ระยะที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมาก
เฒ่าในจังหวัดสกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม
การตลาด

ระยะที่ 3 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร

ระยะที่ 4 กำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าใน
จังหวัดสกลนคร

ผู้วิจัยสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ มีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

สรุปการวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร มีดังนี้

1. สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด สกลนคร

สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร สรุปได้ดังนี้

1.1 สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

1.1.1 สภาพปัญหาด้านการผลิต มีดังต่อไปนี้

- 1) หมากเฒ่าไม่ติดผล ร่วง
- 2) ศัตรูพืช ทำลายต้นและผลหมากเฒ่า
- 3) ช่วงเวลาในเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่ามีระยะเวลานาน ทำให้ต้องเร่งรีบเก็บเกี่ยวพร้อม ๆ ไม่เช่นนั้นก็จะร่วงหล่น
- 4) สายพันธุ์ หมากเฒ่าที่มีไม่ได้คัดสายพันธุ์จะมีลูกดำไม่พร้อมกันในข้อผล และร่วงก่อน
- 5) คุณภาพของผลหมากเฒ่า
- 6) การขยายหมากเฒ่าสายพันธุ์ดียังไม่ขยายวงกว้าง
- 7) การเก็บเกี่ยวผลหมากเฒ่าใช้เวลาและมีความเสี่ยง
- 8) ความรู้ในการปลูกและดูแลรักษาหมากเฒ่าให้ได้ผลผลิต
- 9) เทคนิควิธีการจัดการให้ได้ผลผลิตของหมากเฒ่าที่มีคุณภาพและสม่ำเสมอ

1.1.2 สภาพปัญหาด้านการแปรรูป มีดังต่อไปนี้

- 1) เงินทุนหมุนเวียนจำกัด
- 2) กำลังการผลิตจำกัด
- 3) ความสามารถในการทำการตลาดจำกัด
- 4) ผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลายและมีคุณภาพที่ไม่สม่ำเสมอ
- 5) ค่าใช้จ่ายภาษีเครื่องตีสูง

1.1.3 สภาพปัญหาด้านการตลาด มีดังต่อไปนี้

- 1) การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ
- 2) การกระจายสินค้ามีข้อจำกัดเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว มีน้ำหนักมาก
- 3) การขนส่งผลหมากเฒ่าและกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าขนส่งได้ยาก ทำให้ขาดโอกาสทางการตลาด

1.1.4 สภาพปัญหาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีดังต่อไปนี้

- 1) การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาหมากเฒ่าจากหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดสกลนครยังไม่มีอย่างต่อเนื่องและชัดเจน
- 2) การบูรณาการการทำงานในการพัฒนาหมากเฒ่า ยังไม่ชัดเจนต่อเนื่อง
- 3) มีข้อกฎหมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการประกอบการแปรรูปมาส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ

1.2 ความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

1.2.1 ความต้องการในการพัฒนาด้านการผลิต มีดังต่อไปนี้

- 1) ความรู้เทคโนโลยีในการจัดการผลผลิตให้ได้คุณภาพและการตีตผล
- 2) พัฒนาระบบการผลิตด้วยการใช้ระบบน้ำในการปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่า
- 3) ปัจจัยการผลิตในการปลูกและการดูแลรักษา
- 4) ทุนสนับสนุนการวิจัยหรืองานทดลองด้านเขตกรรม เพื่อแก้ปัญหาการผลิตของหมากเฒ่า

1.2.2 ความต้องการในการพัฒนาด้านการแปรรูป มีดังต่อไปนี้

- 1) เงินทุนหมุนเวียน หรือมีเงินยืมดอกเบี้ยต่ำเพื่อมาดำเนินธุรกิจแปรรูป
- 2) การวิจัยและพัฒนาให้หมากเฒ่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
- 3) การผ่อนปรนด้านกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการแปรรูป เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาหมากเฒ่า

1.2.3 ความต้องการในการพัฒนาด้านการตลาด มีดังต่อไปนี้

- 1) การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รู้จักคุณประโยชน์ของผลหมากเฒ่าและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครในวงกว้างเพิ่มมากขึ้น
- 2) การจัดกิจกรรมเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี
- 3) ตลาดหรือแหล่งรับซื้อที่ชัดเจนแน่นอนทั้งผู้ปลูกและผู้แปรรูป

4) การยกระดับสินค้า GI ให้มีราคาสูงกว่าสินค้าปกติทั่วไป

1.2.4 ความต้องการในการพัฒนาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีดังต่อไปนี้

1) การพัฒนาหมากเม่าอย่างต่อเนื่องและมีการบูรณาการความร่วมมือในการทำงาน

2) ปัจจัยการผลิตและความรู้ด้านวิชาการ

3) พัฒนาธุรกิจหมากเม่าอย่างครบวงจร เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้หรือเป็นแหล่งการท่องเที่ยว

4) จัดทำแปลงสาธิตหมากเม่าสายพันธุ์ดี ในระดับอำเภอ

5) ยกกระตือรือร้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเม่าให้มี

คุณภาพมาตรฐาน

6) พัฒนาทายาทธุรกิจหมากเม่าที่มีความรู้ครบถ้วน

ตลอดห่วงโซ่การผลิต

7) การส่งเสริมการตลาดธุรกิจหมากเม่าผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายผลผลิตของหมากเม่าอย่างต่อเนื่องขยายวงกว้าง

8) มีเงินกองทุนหมุนเวียนหรือกู้ยืมในการดำเนินธุรกิจ

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่าในจังหวัดสกลนคร

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่าโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 4.12 ตามลำดับ

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีรสชาติความอร่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 มีสีสันทนรับประทานมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.40 มีฉลากที่แสดงรายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 มีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 มีบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสัน

สวยงามมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 มีคุณค่าทางสารอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 และมีความสะดวกในการพกพาหรือเคลื่อนย้าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีรสชาติอร่อย และมีสีล้นน่ารับประทาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญตามความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์

2.2 ด้านราคา มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 มีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะราคาของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดตามความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านราคา

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ความสะดวกในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าผ่านระบบโซเชียลมีเดียหรือออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีทำเลที่มีความสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีจำนวนเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ควรสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญตามความคิดเห็นของผู้บริโภคมาก

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ลูกค้าทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการรับคืนผลิตภัณฑ์เมื่อผลิตภัณฑ์มีปัญหารหรือชำรุดเสียหาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลรายละเอียดสินค้าให้ผู้บริโภคได้รับทราบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีบริการตอบข้อซักถาม

หลังการขายหรือการบริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12, ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่ามีการมอบของสมนาคุณหรือของแถมให้กับผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08, ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ส่วนลดเงินสดกับลูกค้าเมื่อมีการซื้อในปริมาณที่มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 ทั้งอาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ลูกค้าทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับน้ำผลไม้ทั่วไป หรือไวน์องุ่น ซึ่งหากผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าได้ จะต้องมีการทดสอบชิมก่อนก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

3. ปัจจัยที่อิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

3.1 ประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่า

พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ในรอบปีที่ผ่านมามีผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีคุณภาพดีตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 มากที่สุด รองลงมาคือ ในรอบปีที่ผ่านมามีปริมาณผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.15 ในรอบปีที่ผ่านมามียอดขาย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.03 ในรอบปีที่ผ่านมามีกำไรสุทธิจากการทำธุรกิจหมากเฒ่า โดยจำหน่าย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า ตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.98 ตามลำดับ

3.2 ระดับปัจจัยที่อิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด

สกลนคร

พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยรวม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านประสบการณ์ทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 ด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 ด้านความสามารถทางธุรกิจ มี

ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 การวางแผนกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 นโยบายภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยนโยบายภาครัฐ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 มากที่สุด รองลงมาคือ นโยบายของภาครัฐสามารถนำมาใช้พัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 และ ภาครัฐมีแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41 ภาครัฐมีการดำเนินงานหรือสนับสนุนกิจกรรมในระบบธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 ภาครัฐมีการติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าสกลนคร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31 ตามลำดับ

ปัจจัยพันธมิตรทางธุรกิจ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 มีการรวมกลุ่มกับผู้ประกอบการอื่น เพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 ได้ทำความร่วมมือกับองค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจหรือผู้ประกอบการอื่นในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 ตามลำดับ

ปัจจัยการวางแผนกลยุทธ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีการกำหนดแผนการทำงานไว้ล่วงหน้าเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 แผนงานมีความครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด มีการวางแผนการทำงานระยะสั้นที่ครอบคลุม 1 ปีมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 มีการวางแผนการทำงานระยะยาวที่ใช้ระยะในการทำกิจกรรม มากกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยที่ 3.61 มีการวางแผนเพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.60 ได้ปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 มีการวางแผนในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 ตามลำดับ

ปัจจัยการเรียนรู้ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 มีการเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าด้วยตนเองอยู่

เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ได้รับการฝึกฝนทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าให้แก่คนที่สนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 ได้เรียนรู้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าจากหน่วยงานราชการหรือเอกชนอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 ตามลำดับ

ปัจจัยประสบการณ์ทางธุรกิจ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ได้ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าไม่น้อยกว่า 5 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 ได้นำประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียนเพื่อพัฒนาการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 เคยประสบปัญหาในธุรกิจหมากเฒ่าและสามารถแก้ปัญหาได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 เคยประสบผลสำเร็จในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 ตามลำดับ

ปัจจัยความสามารถทางธุรกิจ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่าในเรื่องการผลิต การแปรรูป หรือการตลาดอย่างน้อย 1 เรื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 มีทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 ตามลำดับ

ปัจจัยนวัตกรรม เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ได้นำความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 มีแนวคิดใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 ได้นำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ได้นำวิธีการทำงานแบบใหม่เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.31, มีการติดต่อสื่อสารธุรกิจหมากเฒ่าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดียมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23 ตามลำดับ

ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านมีขวัญและกำลังใจที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับการพัฒนาทักษะในการทำงาน อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 ตามลำดับ

3.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมาก เฒ่าในจังหวัดสกลนคร

การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยทำการหาค่าเฉลี่ยรวมของตัวแปรทั้ง 9 ตัว ได้แก่ นโยบายภาครัฐ พันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางธุรกิจ นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และประสิทธิผลของธุรกิจ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย 8 ตัวแปรอิสระดังนี้ นโยบายภาครัฐ พันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ การเรียนรู้ ประสบการณ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางธุรกิจ นวัตกรรม การบริหารทรัพยากรมนุษย์

ซึ่งตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.143 มีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน รองลงมา คือ ปัจจัยการวางแผนกลยุทธ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.124 มีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน และปัจจัยประสบการณ์ทางธุรกิจ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.114 และมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน และตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์อยู่ที่ ± 0.007

4. การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าใน จังหวัดสกลนคร

ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยข้อ 4 สรุปผลการวิจัยดังนี้

4.1 การจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าใน จังหวัดสกลนคร

การจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครประกอบด้วยร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาด้านการผลิต ด้านการแปรรูปด้านการตลาด และด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี

4.1.1 ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการผลิต มีดังนี้

- 1) ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี

- 2) สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า สวนหมากเฒ่าของเกษตรกรเพื่อแก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า
- 3) ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกและการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า
- 4) กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่า และกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร
- 5) ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้
- 6) ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดยการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหมากเฒ่า

4.1.2 ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการแปรรูป มีดังนี้

- 1) กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า
- 2) ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น
- 3) ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลาย และพัฒนานำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
- 4) ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก

4.1.3 ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการตลาด มีดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า
- 2) ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์เพื่อจำหน่ายสินค้า
- 3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร
- 4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค

5) ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี

4.1.4 ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีดังนี้

- 1) ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรรมหมากเฒ่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของหมากเฒ่า
- 2) สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าตลอดห่วงโซ่การผลิต
- 3) ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าGIเพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าน้ำหมากเฒ่าสกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร
- 4) ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงานหมากเฒ่าครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร
- 5) ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากเฒ่าสกลนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมากเฒ่าให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก
- 6) ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้น้ำหมากเฒ่าในจัดเป็นอาหารว่างในการประชุมหน่วยงาน และใช้เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น

4.2 ผลการยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครการยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครโดยรวมมีความสอดคล้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการพัฒนาการผลิตมีความสอดคล้องเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00 ด้านการพัฒนาแปรรูป มีความสอดคล้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9 ด้านการพัฒนาการตลาด มีความสอดคล้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00 ด้านการพัฒนาการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีความสอดคล้องเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00 ตามลำดับ ซึ่งผลการยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ด้านการผลิต มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 และเมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ

การปลูกและการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่าและกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร, ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา คือ สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า สวนหมากเฒ่าของเกษตรกร เพื่อแก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า และ ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดยการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหมากเฒ่า มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

4.2.2 ด้านการแปรรูป มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 และเมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยคือ กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า, ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลายและพัฒนานำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม, ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา คือ ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

4.2.3 ด้านการตลาด มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 และเมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้า, จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค, ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา คือ ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า, พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

4.2.4 ด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี มีความคิดเห็นโดยรวมที่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 และเมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรหมากเฒ่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของหมากเฒ่า, สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่าตลอดห่วงโซ่การผลิต ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้า GI เพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าน้ำ

หมากเฒ่าสกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร, ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงาน หมากเฒ่าครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร, ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูป จากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้น้ำหมากเฒ่าในจัดเบรกการประชุมหน่วยงาน และ เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ มีความเห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.0 รองลงมา คือ ส่งเสริม สนับสนุนให้สมาคมหมากเฒ่าสกลนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมาก เฒ่าให้มีความสามารถในการแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก มีความเห็นด้วยโดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.9

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด สกลนคร มี 4 ระยะ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัย

1 สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าใน จังหวัดสกลนคร จากผลการศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจ หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย สภาพปัญหาด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด ด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคี ดังต่อไปนี้

1.1 สภาพปัญหาและความต้องการด้านการผลิต พบว่า ปัญหาด้านการ ผลิตของหมากเฒ่าที่สำคัญคือ การติดผลผลิตของหมากเฒ่าที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพดิน พืชอากาศซึ่งในฤดูฝนหากฝนมาเร็วหรือช้าส่งผลต่อการติดดอก และการร่วงของของดอก และผลหมากเฒ่า การปลูกหมากเฒ่าในช่วง 3 ปีแรกมักมีศัตรูพืชเข้ามาทำลายเนื่องจากต้น พันธ์ยังไม่แข็งแรง ผลหมากเฒ่าสุกพร้อมกันทำให้มีฤดูกาลในการเก็บเกี่ยวสั้นทำให้ต้องใช้ แรงงานในการเก็บเกี่ยวจำนวนมาก ผลหมากเฒ่ามีการสุกด้าไม่พร้อมกันในข้อผลและมักมี นกมากินผลหมากเฒ่าที่สุกด้าก่อน อีกทั้งผลหมากเฒ่าแดงไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่ง การปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี ยังไม่ขยายวงกว้างเท่าที่ควรในจังหวัดสกลนคร การเก็บ เกียวหมากเฒ่าใช้เวลาและเป็นวิธีที่เสี่ยง ผู้ปลูกหมากเฒ่าขาดความรู้และความเข้าใจในการ ปลูกและดูแลรักษาหมากเฒ่าให้มีผลผลิต และขาดองค์ความรู้ในการที่จะทำให้ผลผลิตของ หมากเฒ่ามีผลผลิตสม่ำเสมอได้ในทุกปี และมีความต้องการความรู้ เทคโนโลยีในด้านการ จัดการผลผลิตให้ได้คุณภาพการติดผล พัฒนาระบบการผลิตด้วยการใช้ระบบน้ำในการ ปลูกและการดูแลรักษาหมากเฒ่า และต้องการให้มีแหล่งรับซื้อผลผลิตที่ชัดเจนแน่นอน ตลอดจนมีทุนวิจัยในการทำการวิจัยหรือทดลองด้านเกษตรกรรม เพื่อแก้ปัญหาการผลิตของ

หมากเฒ่า แสดงให้เห็นว่าหมากเฒ่ายังไม่สามารถแก้ปัญหาการผลิตให้ได้ผลผลิตที่สม่ำเสมอได้ เนื่องจากหมากเฒ่าเป็นพืชป่ายังไม่ได้รับการพัฒนาทางวิชาการที่ครบถ้วนที่จะสามารถเป็นพืชเศรษฐกิจได้โดยมีผลผลิตตามฤดูกาลและยังไม่สามารถดูแลจัดการผลผลิตให้หมากเฒ่ามีคุณภาพที่ดี ประกอบกับภาวะโลกร้อนทำสภาพภูมิอากาศแปรปรวนส่งผลต่อการติดดอกติดผล ซึ่งเกษตรกรผู้ปลูกจะต้องมีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติการเจริญเติบโตของหมากเฒ่า และควรเลือกสายพันธุ์หมากเฒ่าที่หลากหลายทั้งสายพันธุ์ที่ออกผลเร็วหรือออกผลช้า เพื่อแก้ปัญหาเรื่องฝนที่มาเร็วหรือมาช้า และมีเทคนิคในการการดูแลรักษาให้หมากเฒ่ามีการเจริญเติบโตได้ผลผลิตที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเดือนรุ่ง สุวรรณโสภะ, กรรณิการ์ สมบุญ, สุदारัตน์ สกุลคุ, ศิริพร สารคล่อง และสุเชียร นามวงศ์ (2558, หน้า 6) กล่าวถึงปัญหาวัตถุดิบหมากเฒ่าพบว่าหมากเฒ่าออกดอกไม่ติดผล ผลผลิตร่วงและผลผลิตไม่สุกดำ และมีปัญหาด้านโรคแมลง ศัตรูพืช(นก) เข้าทำลายส่งผลกระทบปัญหาวัตถุดิบหมากเฒ่าของเกษตรกรหรือสถานการณ์วัตถุดิบในจังหวัดสกลนคร เช่นเดียวกับ การศึกษาของสุदारัตน์ สกุลคุ, กรรณิการ์ สมบุญ, และศิริพร สารคล่อง (2559, หน้า 55) ได้ศึกษาเรื่องการถอดบทเรียนการปลูกและการดูแลต้นหมากเฒ่าเพื่อผลิตหมากเฒ่าอย่างมีคุณภาพ พบว่าในสภาพภูมิอากาศแปรปรวน ซึ่งการกระจายของฝนส่งผลต่อการติดดอกติดผลของหมากเฒ่า โดยจากข้อมูลการให้ผลผลิตหมากเฒ่าที่ให้ผลผลิตดีที่สุดในปี 2552 และ 2556 เนื่องจากช่วงปีดังกล่าวมีการกระจายของฝนสอดคล้องกับการออกดอกของหมากเฒ่า และไม่มีฝนทิ้งช่วงในช่วงเวลาที่หมากเฒ่าติดผลและพัฒนาจนผลสุกแก่ และการศึกษาของสุขุมารณ์ ศรีเผด็จ และศิริพร พุกหน้า (2560, หน้า 1268) ได้ศึกษาเรื่องสถานการณ์การตลาดและการผลิตหมากเฒ่าอำเภอกุพาน จังหวัดสกลนคร ที่พบว่าหมากเฒ่าในปี 2558 ติดผลน้อยลงอาจเป็นเพราะหมากเฒ่าติดผลเร็วกว่าปกติ เมื่อเข้ารอบฤดูฝนทำให้ลมพายุพัดพาขอผลหมากเฒ่าร่วงหล่นและเกิดกระบวนการสุกแก่ทางสรีรวิทยาไม่สม่ำเสมอ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสภาพดินฟ้าอากาศมีความสำคัญในการติดผลของหมากเฒ่าในแต่ละปีอย่างยิ่ง ทำให้เกษตรกรหรือผู้ปลูกมีความต้องการในด้านการพัฒนาระบบการปลูกโดยใช้ระบบน้ำเพื่อช่วยให้การดูแลผลหมากเฒ่าไม่ให้ร่วงหล่นก่อน สอดคล้องกับการศึกษาของศิริรัตน์ เกื้อนสมบัติ (2558, หน้า 3) ได้ศึกษาเรื่องการผลิตมะเฒ่าพื้นที่จังหวัดสกลนคร กล่าวถึงการให้น้ำหมากเฒ่าในระยะติดดอก ติดผล ควรมีการให้น้ำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมออย่างน้อยอาทิตย์ละ 3 ครั้ง ๆ ละ 2 ชั่วโมง และในช่วงที่ติดผลอ่อนและติดผลอ่อนมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ควรดูแลเป็นพิเศษ

จึงจะสามารถลดการร่วงของผลเฒ่าได้ เช่นเดียวกับการศึกษาของ พรทิพย์ แพงจันทร์ (2558, หน้า 6) ที่ได้ศึกษาเรื่องพืชท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ที่กล่าวถึงปัญหาการผลิตของหมากเฒ่าหรือมะเฒ่า คือการขาดสายพันธุ์ที่มีลักษณะเด่นเพื่อใช้ประโยชน์ในการแปรรูป และบริโภคสด ขาดเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม ปัญหาศัตรูพืช ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตมะเฒ่าในพื้นที่ ทำให้ได้ผลผลิตต่ำ คุณภาพผลผลิตไม่ได้อาตรฐาน

1.2 สภาพปัญหาและความต้องการด้านการแปรรูป พบว่าผู้ประกอบการแปรรูปส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนจำกัดขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิต ส่วนใหญ่ใช้แรงงานคนในการแปรรูป ทำให้มีปัญหาด้านกำลังการผลิต ประกอบกับผู้ประกอบการมีความสามารถในการทำการตลาดจำกัด ซึ่งผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าไม่มีความหลากหลายและมีคุณภาพที่ไม่สม่ำเสมอ โดยเฉพาะไวน์หมากเฒ่าซึ่งผู้แปรรูปต้องเสียภาษีเครื่องดื่มจากกรมสรรพสามิตอัตราก้าวหน้า ทำให้ต้นทุนสินค้าสูง ผู้แปรรูปมีความต้องการเงินทุนหมุนเวียน หรือมีเงินกู้ยืมที่ดอกเบี้ยต่ำมาเพื่อบำรุงธุรกิจแปรรูป และต้องการให้มีการวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากทุกส่วนของหมากเฒ่าเพื่อผลักดันให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และ ต้องการให้มีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสนับสนุนช่วยเหลือ เช่น การเก็บภาษีเครื่องดื่ม การขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าการแปรรูปหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครยังมีข้อจำกัดในหลายด้านเช่นกำลังการผลิตเงินทุนและความสามารถในการตลาดซึ่งหากปีใดมีหมากเฒ่าติดผลมากก็จะส่งผลกระทบต่อผู้แปรรูปไม่สามารถรับซื้อผลหมากเฒ่าได้หมด และปีใดหมากเฒ่าติดผลน้อยผู้แปรรูปก็ไม่มีวัตถุดิบมาเพื่อการแปรรูปที่เพียงพอเพื่อจำหน่าย ดังนั้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าจึงจะต้องมีการปรับปรุงหลายด้านตามข้อจำกัดดังที่กล่าวมาเพื่อให้การแปรรูปช่วยขับเคลื่อนระบบของธุรกิจหมากเฒ่าให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลการวิจัยของธันยมัย เจียรกุล (2557, หน้า 182) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC กล่าวถึงปัญหาด้านการผลิตของ OTOP คือ ขาดวัตถุดิบขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และไม่มีทักษะในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอกลุ่มผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถรับการสั่งซื้อสินค้าคราวละมาก ๆ ได้เมื่อต่างชาติสั่งซื้อมักสั่งซื้อคราวละมาก ๆ เพราะเหตุผล ด้านโลจิสติกส์และมาตรฐานสินค้าก็ต้องสม่ำเสมอ สินค้า แต่ละครั้งของ OTOP มีคุณภาพไม่เหมือนกัน ไม่สม่ำเสมอกรรมวิธีการผลิตไม่ทันสมัยไม่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ อีกทั้ง ผู้ผลิตทุกกลุ่มก็เกรง

ว่าผลิตออกมาแล้วไม่สามารถหาตลาดได้ปัญหาที่ตามมาคือจากเดิมที่ผลิตแล้วขายเป็นตลาดเชิงรับ จึงมีการปรับใหม่ให้เป็นตลาดเชิงรุกโดยเริ่มจากการ สร้างความต้องการ (Demand) ให้เกิดขึ้นก่อนแต่เมื่อมีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว กลุ่ม OTOP เองกลับผลิตสินค้าได้ไม่ทันตามความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การขยายตัวทางธุรกิจก็ต้องมีการขยายตัวในด้านการผลิตไม่ว่าจะเป็นในส่วน of โรงงานกระบวนการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัยขึ้นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการควบคุมกระบวนการผลิตทั้งในภาพรวมและหน่วยการผลิตย่อยและอื่น ๆ ส่งผลให้คนงานที่มีความเคยชินกับวิธี การทำงานแบบเก่าจำเป็นต้องยกระดับความรู้ความสามารถ ในการใช้งานเทคโนโลยีที่สูงขึ้น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวได้ของคนงานแต่ละคน และประสิทธิภาพของการส่งเสริมอบรมพัฒนาความรู้ สอดคล้องกับการวิจัยของศิริภรณ์ กรุยรุ่งโรจน์ (2562, หน้า 41) ที่ได้ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) กรณีศึกษา ด้านอาหาร : ปีงบประมาณ 2559-2561 พบปัญหาในการผลิตอาหารชุมชนมีลักษณะ คล้ายกันคือผู้ผลิตขาดความรู้ความสามารถในกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ

1.3 สภาพปัญหาและความต้องการด้านการตลาด พบว่า สภาพปัญหาคือขาด การประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอที่จะทำให้ข้อมูลเรื่องคุณค่าทางอาหารของหมากเม่าหรือ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่าเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างอย่างทั่วถึง การ กระจายสินค้ามีข้อจำกัดเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้ว อีกทั้งผลหมากเม่า มีผิวเปลือกบาง ทำให้ขนส่งได้ยากทำให้ขาดโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายผลหมากเม่าสด และมีความต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้รู้จักคุณประโยชน์ ของผลหมากเม่าและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่าให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ ต้องการให้มีการ จัดกิจกรรมเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเม่าประจำปี เกษตรกรหรือผู้แปรรูปต้องการให้มี ตลาดหรือแหล่งรับซื้อที่ชัดเจน ต้องการให้มีการผลักดันสินค้า GI ให้มีราคาสินค้าสูงกว่า สินค้าทั่วไป แสดงให้เห็นว่าการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเม่ามีการจำกัดการ จำหน่ายที่จุดผลิตและมีการฝากสินค้าผ่านร้านขายของฝากทั้งภายในและภายนอกจังหวัด สกลนคร ซึ่งผู้แปรรูปบางส่วนได้มีการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และมีการ จำหน่ายสินค้าตามงานจัดแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนจัดขึ้น ส่วนผลหมาก เม่าผู้ปลูกหรือเกษตรกรมีการจำหน่ายให้โรงงานแปรรูปหรือผู้บริโภคโดยตรงและจำหน่าย ผ่านคนกลางผู้รวบรวมผลหมากเม่าเพื่อจัดส่งให้กับโรงงานแปรรูปหรือตลาดที่มีความ ต้องการผลหมากเม่า เช่น ตลาดการบริโภคผลสด หรือตลาดโรงงานแปรรูป สอดคล้องกับ

การศึกษาของธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2561, หน้า 8) กล่าวถึงน้ำหมากเม่า ผลิตภัณฑ์ GI ขึ้นชื่อของสกลนครประสบปัญหาในการจัดการวัตถุดิบเนื่องจากหมากเม่าเป็นพืชธรรมชาติอย่างแท้จริงบางปีมีผลผลิตมากบางปีมีผลผลิตน้อย ยังไม่มีการศึกษาใดที่ทำให้สามารถขยายพันธุ์และควบคุมผลผลิตให้เพียงพอที่จะรองรับการผลิตในรูปแบบอุตสาหกรรมได้ อีกทั้งยังไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหมากเม่าไปมากกว่าการแปรรูปเป็นน้ำผลไม้ทำให้ต้องแข่งขันกับน้ำผลไม้ประเภทอื่นในตลาดการสร้างมูลค่าเพิ่มรูปแบบหนึ่งที่เกษตรกรทดลองผลิตคือ ไวน์หมากเม่าที่ยังคงไม่ได้รับการตอบรับที่ดีมากนัก เนื่องจากราคาที่ค่อนข้างสูงและการตลาดที่ยังไม่ทั่วถึง ปัจจัยที่ทำให้ไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้คือการผลิตที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตในอัตราเดียวกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันแต่ในกระบวนการผลิตไม่ได้มีการประหยัดต่อขนาด เช่นเดียวกับคู่แข่งในท้องตลาด สอดคล้องกับการศึกษาของสุขุมภรณ์ ศรีเฟื่อง และศิริพร พุกหน้า (2560, หน้า 1268-1269) ได้ศึกษาเรื่อง สถานการณ์การตลาดและการผลิตหมากเม่าอำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร ที่ศึกษาช่องทางการตลาดของผลผลิตหมากเม่าสกลนคร ในตลาดผลผลิตสดของหมากเม่าสกลนครเกษตรกรเก็บผลหมากเม่าสดมาจำหน่ายที่ตลาดต่าง ๆ ภายในจังหวัดสกลนครหรือวางจำหน่ายตามบริเวณถนนสายสกลนคร-กาฬสินธุ์ ส่วนช่องทางตลาดน้ำหมากเม่าพร้อมดื่มและไวน์หมากเม่า มีการจัดจำหน่าย น้ำหมากเม่าไวน์หมากเม่าของโรงแปรรูปอยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) โรงงานแปรรูปเป็นผู้ผลิตและเป็นผู้จัดจำหน่ายเอง และ 2) โรงงานแปรรูปเป็นผู้ผลิตและมีการทำแบรนด์ภายใต้การดูแลของคนกลางในการจัดจำหน่าย

1.4 สภาพปัญหาและความต้องการด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงาน

ภาคี พบว่า การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาหมากเม่าจากหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดสกลนครยังไม่มีอย่างต่อเนื่องและชัดเจนและยังไม่สามารถบูรณาการการทำงานในการพัฒนาหมากเม่าได้เต็มที่ ตลอดจนมีกฎหมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการแปรรูปส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจกับผู้ประกอบการได้ และมีความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดสกลนครทำงานพัฒนาหมากเม่าอย่างต่อเนื่องและบูรณาการความร่วมมือ ต้องการให้มีการสนับสนุนปัจจัยการผลิตรวมกับการให้ความรู้ด้านวิชาการ และมีการพัฒนาธุรกิจหมากเม่าอย่างครบวงจร เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ หรือเป็นจุดท่องเที่ยว มีการส่งเสริมเกษตรกรหรือผู้ประกอบการจัดทำแปลงสาธิตหมากเม่าสายพันธุ์ดี ยกกระตือรือร้นการแปรรูปให้มีคุณภาพมาตรฐาน ส่งเสริมให้เกิดทายาทธุรกิจหมากเม่า ส่งเสริม

การตลาดผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายผลผลิตต่าง ๆ ตลอดจนต้องการให้
 สนับสนุนมีเงินกองทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจเพื่อการกู้ยืม แสดงให้เห็นว่าธุรกิจ
 หนาแน่นยังต้องอาศัยความร่วมมือกันในการทำงานระหว่างหน่วยงานภาคีเพื่อพัฒนา
 หนาแน่นทั้งระบบธุรกิจหนาแน่นให้ดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่องเพื่อขับเคลื่อนให้หนาแน่น
 เป็นพืชเอกลักษณ์ของจังหวัดสกลนครที่มีศักยภาพทางการแข่งขันโดยต้องพัฒนาหนาแน่น
 หนาแน่นแปรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงซึ่งจะต้องได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงาน
 ภาคีร่วมกันอย่างรอบด้าน เช่น สำนักงานสาธารณสุข สถาบันอุดมศึกษา สำนักงานเกษตร
 สำนักงานพาณิชย์ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของทักษญา สง่าโยธิน (2560, หน้า
 21) ว่าการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นประเด็นที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือ แนวทางการ
 พัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับ
 ท้องถิ่นและระดับประเทศต้องให้การสนับสนุน ได้แก่ 1) การส่งเสริมด้านการตลาด
 อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องให้โอกาสทุกกลุ่มอย่างยุติธรรม 2) สนับสนุนงบประมาณ
 3) สนับสนุนด้านวิชาการ 4) สร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
 5) การเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้ง ภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการไปศึกษาดู
 งาน เช่นเดียวกับ ผลการศึกษาของ ธวัชชัย เศรษฐจินดา (2560, หน้า 61) ศึกษาแนวทาง
 การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาด
 กลางและขนาดย่อม(SMEs) ในประเทศไทย พบว่า ในด้านแผนงานการส่งเสริมและพัฒนา
 ธุรกิจถูกจัดทำขึ้นโดยนโยบายภาครัฐโดยที่ภาครัฐที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริม
 SMEs โดยตรงมีมุมมองต่างจากภาคเอกชน ขาดการประสานงานบูรณาการร่วมกัน และ
 ควรพิจารณาและจัดทำแผนการปฏิบัติที่เด่นชัด ควรมีการกำหนดระยะเวลาในการ
 ดำเนินการอย่างชัดเจนเนื่องจากการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs จะใช้ระยะเวลาต่อเนื่อง
 นาน 5 ปีขึ้นไป รวมถึงปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรภาครัฐและ
 เอกชนการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่นเดียวกับวิจัยของอาภาภัก
 เหลาพร และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (2563, หน้า 87) ศึกษาความสามารถในการแข่งขัน
 ของอุตสาหกรรมจิ้งหรีดอีสาน ที่กล่าวถึงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ (Government) ว่า
 หน่วยงานของรัฐที่มีบทบาทหน้าที่ในการตรวจสอบรับรองคุณภาพถือว่ามีความสำคัญ
 ในการกระตุ้นและเสริมสร้างความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมไม่ว่าจะเป็นตัวกลางที่คอย
 ประสานงานผู้สร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ ผู้ควบคุมและรับรองมาตรฐานสินค้า และ
 ตัวแทนในการจัดหาตลาดหรือนำสินค้าเข้าออกต่างประเทศ นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า

การสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจหามาของจังหวัดสกลนครที่ยังคงดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง จากที่มีการรวมตัวช่วยเหลือกันระหว่างผู้ประกอบการแปรรูปและเกษตรกรผู้ปลูกหามา มาโดยจัดตั้งองค์กรเป็นสมาคมหามาสกลนครที่ได้มีการพัฒนามาจากชมรมหามา สกลนครโดยมีสถาบันอุดมศึกษาร่วมเป็นที่ปรึกษาที่ให้การสนับสนุนในการบริการทาง วิชาการอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการศึกษาของ Emanuele Schimmenti, Giuseppina Migliore, Caterina Patrizia Di Franco and Valeria Borsellino (2016, p. 14) ซึ่งศึกษาว่ามี ผู้ประกอบการที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมไวน์หรือไม่? โดยสำรวจโรงบ่มไวน์ที่เข้าร่วมใน โครงการ SOStain พบว่าการที่ธุรกิจจะแสดงให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของผู้ประกอบการที่ ขับเคลื่อนด้วยความยั่งยืน โรงบ่มไวน์จะต้องปฏิบัติตนอย่างมีจริยธรรมและมีส่วนช่วยใน การพัฒนาเศรษฐกิจไปพร้อม ๆ กับการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของแรงงาน ครอบครัว ชุมชนท้องถิ่นและระดับโลกตลอดจนสนับสนุนคนรุ่นใหม่เข้ามาในธุรกิจ

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหามา พบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นด้วยกับผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด ผลการศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 เมื่อพิจารณาราย ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการ ส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 4.12 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทาง การตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญในการที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งค่าเฉลี่ยของ ผลิตภัณฑ์มีค่ามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ นั้นสื่อให้เห็น ว่าผู้บริโภคมีการรับรู้ผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำหามาหรือไวน์หามามีคุณสมบัติที่ ผู้บริโภคมีความเห็นด้วยมากที่สุด ใน ผลิตภัณฑ์ซึ่งจะต้องนำข้อมูลในด้านรายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์มาใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป แตกต่างจากงานวิจัย ของณัฐชากุล บุญฤทธิ์ (2556, หน้า 11) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ เลือกซื้อน้ำผักและน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ารราคา เป็นปัจจัยสำคัญมากที่สุดต่อการเลือกซื้อของ ผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคตระหนักดีว่ารราคาขึ้นอยู่กับปริมาณ เนื่องจากผู้ผลิตได้แบ่งแยกปริมาณ การบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องราคาให้กับผู้บริโภค อีกทั้งน้ำผัก และน้ำผลไม้เป็นเครื่องดื่มที่ใช้สำหรับดับกระหาย ซึ่งมีสินค้าทดแทนเกิดขึ้นมากมาย ดังนั้น ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหามา ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่ามากที่สุด

ที่สุดจึงเป็นตัวแปรที่จะเป็นตัวกระตุ้นการเลือกซื้อจากผู้บริโภค ในขณะเดียวกันในด้านราคาก็ต้องนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์โดยต้องสามารถสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคได้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ พรทิพย์ เพ็งหนู, ประเมศร์ อัครเรืองพิภพ และ โอบอล สุวรรณเมฆ (2563, หน้า 78) ที่ศึกษาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่มดอยคำในกรุงเทพมหานคร กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มดอยคำ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านปริมาณในการซื้ออิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้ จากงานวิจัยดังกล่าวมีความคล้ายคลึงอยู่หลายปัจจัย ยกเว้นปัจจัยของปริมาณในการสั่งซื้อ ซึ่งมีความแตกต่างจากงานวิจัยนี้ เพราะการทำการตลาดน้ำผลไม้ดอยคำนั้นมีการเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางจึงมีปัจจัยด้านปริมาณการสั่งซื้อมาเกี่ยวข้องด้วย และสอดคล้องกับการศึกษาของ สรียา ศตะรมย์, ภัทรฤทัย เกณิกา สมานวรคุณ และยุทธพงษ์ อรัญกานนท์ (2562, หน้า 104) เรื่องพฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ และนนทพร ดำรงพงศ์ รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, วิบูลย์ ชินบุรพา และมนตรีรา ตันตระวาณิชย์ (2563, หน้า 152) เรื่องการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยทั้งสองเรื่องนี้เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับงานวิจัยนี้ ซึ่งผลการศึกษาทั้งสองเรื่องนี้กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร พบว่า ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร โดยด้านรวม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 รองลงมาคือ ด้านประสบการณ์ทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 ด้านการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 ด้านความสามารถทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 การวางแผนกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 นโยบายภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.44 ตามลำดับ ซึ่งค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกที่มีค่าคะแนนมากที่สุดคือ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ รองลงมาคือ ประสบการณ์ทางธุรกิจ และการเรียนรู้ แสดงให้เห็นว่าการที่ธุรกิจหมากเฒ่ามีประสิทธิผลทางธุรกิจได้ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง จะต้องมีการเชื่อมประสานร่วมมือกันโดยสร้างคุณค่า

ร่วมกันในการทำงานเพื่อพัฒนาหากَمَاให้ประสบความสำเร็จโดยใช้กลยุทธ์ พันธมิตรทางธุรกิจสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสา กัณทะพงศ์, เกียรติชัย กาฬสินธุ์ และพันธ์ณ์ภัทร์ เศวตภาณุวงศ์ (2559, หน้า 649) ศึกษาปัจจัยของพันธมิตรที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างคุณค่าที่ใช้ร่วมกันกับสังคมงานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการควบรวมเป็นพันธมิตรกันระหว่างชุมชนและบริษัทจากกรณีศึกษาของบริษัทเนสท์เล่ จำกัด บริษัทยูนิลีเวอร์ จำกัด และบริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด พบว่า 1) ความเข้ากันได้ (Compatibility) ทั้งในด้านวิสัยทัศน์และวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทแบบยืดหยุ่น (Organic) 2) การเติมเต็มทักษะความสามารถและทรัพยากรซึ่งกันและกัน (Complementary alliances) และ 3) การยึดมั่นในพันธกิจ (Commitment) ทั้งจากบริษัทและชุมชน จะสามารถทำให้เกิดการสร้างพันธมิตรดำเนินไป ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างคุณค่าที่ใช้ร่วมกันได้สำเร็จและทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับการศึกษาของ กัลยา สว่างคง และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561, หน้า 163) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่องกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าของไทย พบว่าเมื่อพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสองประเด็นหลักคือ การลดต้นทุน และการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เปรียบเทียบกับจุดอ่อน ของกลยุทธ์พันธมิตรที่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นในเรื่องของความขัดแย้งด้านผลประโยชน์จะพบว่าหากมีการพิจารณา ถึงการเข้าเป็นพันธมิตรอย่างรอบคอบ มีการเลือกคู่พันธมิตรที่เหมาะสม มีการเลือกรูปแบบการเป็นพันธมิตรและสร้างข้อตกลงที่รัดกุมและเป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย และต่างฝ่ายต่างดำเนินการด้วยความจริงใจ สร้างความไว้วางใจต่อกันและกันแล้ว การใช้กลยุทธ์พันธมิตรในการดำเนินธุรกิจ จะกลายเป็นการควบรวมพลังและทักษะ และยังคงสอดคล้องกับ งานวิจัยของอัจฉรา อัญญาลคุปต์ (2559, หน้า 110) ศึกษาสมรรถนะหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ซึ่งสมรรถนะหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ด้านความรู้ ด้านแรงงานและการผลิต เนื่องจากการปฏิบัติงานต้องอาศัยความรู้และและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหากَمَاในจังหวัดสกลนครด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุดคือตัวแปรการบริหารทรัพยากรมนุษย์

รองลงมาคือ ตัวแปรการวางแผนกลยุทธ์ และ ตัวแปรประสบการณ์ทางธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.143, 0.124, 0.114 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจทุกประเภทซึ่งธุรกิจหามาคนทีปฏิบัติงานในธุรกิจต้องมีความรู้ความเข้าใจและทักษะในการทำงานเพื่อให้ธุรกิจมีความสำเร็จตามเป้าหมายคือมีรายได้หรือผลตอบแทนที่เหมาะสมมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของปรัชญา เหมินสว่าง และชาญชัย จิวจินดา (2563, หน้า 112) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าปัจจัยพื้นฐานด้านแรงงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในรัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ประกอบด้วย 7 ด้านสำคัญ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความขยันและอดทน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีระเบียบวินัย ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านไม่เรียนรู้ แตกต่างกับงานวิจัยของธนะพัฒน์ วิริต (2565, หน้า 467) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี พบว่า น้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs)จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ($\beta = 0.174$) ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด

4 การกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหามาในจังหวัดสกลนคร ในประเด็นข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด และด้านการสนับสนุนส่งเสริม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการผลิต พบว่าประกอบด้วย 1) ส่งเสริมการปลูกหามาหลายพันธุ์ดี 2) สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูก การดูแลรักษาต้นหามา สวนหามาของเกษตรกรเพื่อแก้ปัญหาการติดผลหามา 3) ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหามามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกและการดูแลรักษาต้นหามา 4) กำหนดมาตรฐานผลหามา และกิ่งพันธุ์หามาของจังหวัดสกลนคร 5) ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหามาหลายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ 6) ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหามาโบราณ โดยการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหามา แสดงให้เห็นว่าการพัฒนา

ด้านการผลิต ซึ่งเป็นด้านการปลูก หรือการผลิตผลหมากเมาต้องมีองค์ความรู้ในด้านการปลูกการดูแลรักษาเพื่อที่จะผลิตหรือปลูกหมากเมาให้มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาธุรกิจหมากเมา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับต้นหมากเมาโบราณที่ฐานวัตถุดิบของชุมชนจึงต้องมีการอนุรักษ์และมีการจัดทำแปลงสาธิตเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาศิรา ราชเวียง, พงษ์ศักดิ์ ผกามาต, สมใจ ศรีเนตร และวีรวัฒน์ เพ็งช่วย (2565, หน้า 91) ที่ทำการศึกษาการบูรณาการและการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกไม้เศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพในพื้นที่เสื่อมโทรม กรณีศึกษากลุ่มชุมชนภาคกลางตอนล่าง พบว่าการสร้างแนวทางการพัฒนาวิธีการปลูกไม้เศรษฐกิจและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพในพื้นที่เสื่อมโทรมที่เหมาะสมควรกำหนดสาระสำคัญในการดำเนินงาน เช่น พื้นที่เป้าหมายในการดำเนินงาน วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงาน และรูปแบบการบริหารจัดการ เป็นต้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ เอพร โมฬี (2561, หน้า 81) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อการเกษตร ตำบลทุ่งคาวัด อำเภอละแม จังหวัดชุมพร กล่าวถึงปัจจัยด้านเกษตรกรรมควรมีแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาความรู้พื้นฐานให้เพียงพอต่อการทำเกษตรกรรมโดยวิธีส่งผลให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ด้านเกษตรกรรมอย่างมากมาย จึงมีความจำเป็นที่ต้องส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรในด้านต่าง ๆ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือแม้แต่วิธีการในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้านการเกษตรด้วยตนเองการเข้าถึงแหล่งความรู้ด้านการเกษตร

4.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการแปรรูป พบว่าประกอบด้วย 1)

กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเมาของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเมา และไวน์หมากเมา 2) ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเมาให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น 3) ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเมาให้มีความหลากหลายและพัฒนานำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม 4) ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาด้านการแปรรูป ผู้ประกอบการแปรรูปจะต้องมีความรู้ด้านแปรรูปและการตลาดเพื่อมีสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและมีหลากหลายจำหน่ายได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญนันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์, พิชชา วิสิทธิ์พานิช และภัทราพร ตึกขาว (2565, หน้า 86) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ในจังหวัดนครสวรรค์พบว่าควรมีการวางแผนการผลิตและการควบคุมการผลิต เน้นการรักษาและปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า นำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต เช่นเดียวกับงานวิจัยของ นิรันดร์ เกียรติ ลีวคุณูปการ (2665, หน้า 143) ที่ศึกษาการจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ พบว่าในการแก้ปัญหากลางน้ำด้วยการให้ความสำคัญของการควบคุมคุณภาพสินค้า ควรผลักดันให้ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย (อย.) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพื่อเพิ่มการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณภาพ และควรขยายตลาดให้กว้างขวางมากขึ้นโดยช่องทางการตลาดที่ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่กับกลุ่มลูกค้าในวงแคบ ซึ่งมีความสอดคล้องในประเด็นการส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางหรือเทคโนโลยีขั้นสูงที่รองรับการผลิตที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก เช่นเดียวกับงานวิจัยของมาริช หัสชู (2563, หน้า 50-51) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าสำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป ที่มีการวิเคราะห์เทคโนโลยีการอบแห้งพรีดรายซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่น่าสนใจในการนำมาเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตรรวมถึงเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโอท็อปเดิมให้มีช่องทางการตลาดเพิ่มมากยิ่งขึ้น แต่มีข้อจำกัดด้านต่าง ๆ ในการพัฒนาผู้ประกอบการด้วยเทคโนโลยีนี้ จึงควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อช่วยสนับสนุนด้านเงินทุน ด้านการตลาด และด้านทักษะความรู้

4.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการตลาด พบว่าประกอบด้วย 1) ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวกับหมากเฒ่า 2) ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้า 3) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสกลนคร 4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค 5) ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาด้านการตลาดจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้สังคมภายนอกรู้จักหมากเฒ่าและคุณประโยชน์อย่างทั่วถึง โดยใช้สื่อโซเชียลและการจัดกิจกรรมกระตุ้นการรับรู้ให้มากยิ่งขึ้นและต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Daliborka Blazheska and Meri Nickova (2019, p. 177) เรื่อง Creating Marketing Strategies for Development of the Wine Tourism ที่กล่าวถึง

การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยไวน์ทุกวันมีความหมายในระดับโลกเพื่อดึงดูดความสนใจในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มการมองเห็นของประเทศของตัวเองทั่วโลก ปัจจุบันการได้รับความไว้วางใจและความรักจากผู้บริโภคเป็นเรื่องยากมาก ซึ่งควรจะเข้าถึงได้พื้นที่ใหม่เฉพาะเจาะจงตลอดจนวิธีการใหม่ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยการสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวไวน์ระดับโลกที่ได้กำหนดเงื่อนไขและโอกาสของการท่องเที่ยวไวน์ของสาธารณรัฐมาซิโดเนียผ่านการวิเคราะห์ที่เหมาะสมจากผลที่นำเสนอแนะมาตรการเพื่อสร้างกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงไวน์ซึ่งจะช่วยเพิ่มตำแหน่งการแข่งขันและ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปัน บัวขาว (2562, หน้า 38) เรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี ที่กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการตลาดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การส่งเสริมด้านการตลาด สนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นโดยให้ ความรู้ในด้านการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศผ่านการจัดอบรมให้ความรู้ในด้านขั้นตอน การส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังประเทศเพื่อนบ้าน เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย เช่น การที่กลุ่มผู้ผลิตต้องพยายาม เข้าถึงข้อมูลให้มากยิ่งขึ้นเพื่อไปรวมออกบูธในโครงการที่รัฐได้จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรมีการใช้ Social Network ช่องทางอื่นเพิ่มเติม เช่น การสร้าง Page ของกลุ่มผู้ผลิต Line Application เป็นต้น เช่นเดียวกับงานวิจัย ของณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ (2566, หน้า 76) เรื่องการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเห็นได้ว่าในปัจจุบันการทำการตลาดแค่ช่องทางออฟไลน์อย่างเดียวไม่เพียงพอ เพราะลูกค้าเปลี่ยนแปลงจากสื่อรูปแบบเดิมไปสู่สื่อรูปแบบใหม่โดยอ้างอิงข้อมูลจากผลสำรวจการใช้สื่อโซเชียลมีเดียจากทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันหลายปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาอย่างยิ่ง ดังนั้นการใช้ช่องทางออนไลน์ควบคู่ไปด้วยจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการทำการตลาดในยุคปัจจุบันเพื่อรักษาสถานะหรือฐานลูกค้าให้คงอยู่กับธุรกิจไม่เปลี่ยนแปลงไปหาคู่แข่งซึ่งการที่จะสำเร็จได้ต้องอาศัยความเข้าใจและเข้าถึงตลาดเป็นชุมชนของลูกค้าที่มีความจงรักภักดีในตัวสินค้า

4.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการพัฒนาการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคีพบว่าประกอบด้วย 1) ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกรรมมากเม่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอดห่วงโซ่การผลิตของหมากเม่า 2) สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ

หมากเฒ่าตลอดห่วงโซ่การผลิต 3) ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้า GI เพื่อยกระดับมูลค่า
 สินค้าหมากเฒ่าสกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร 4) ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษา
 ดูงานหมากเฒ่าครบวงจรของจังหวัดสกลนคร 5) ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากเฒ่า
 สกลนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อผลักดันธุรกิจหมากเฒ่าให้มีความสามารถในการ
 แข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก 6) ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูป
 จากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้น้ำหมากเฒ่าในจัดเป็นอาหารว่างในการ
 ประชุมหน่วยงาน และ เป็นของที่ระลึกต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนส่งเสริมจาก
 หน่วยงานภาคีควรต้องมีการร่วมมือกันทำงานอย่างบูรณาการและมีความต่อเนื่องทั้งใน
 ด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และการสนับสนุนส่งเสริมเพื่อให้ธุรกิจหมากเฒ่าของ
 จังหวัดสกลนครมีรูปแบบและวิธีการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการหรือเป็นเครือข่ายใน
 การทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติยา อนุวงศ์
 และสุรสิทธิ์ วชิรขจร (2564, หน้า 359) เรื่องการพัฒนารูปแบบและวิธีการจัดการ
 เครือข่ายที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย: กรณีศึกษาเครือข่ายในสังกัดกระทรวงการ
 พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยควรมีการบูรณาการเครือข่ายที่มีความ
 เหมาะสมกับขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ และศักยภาพของภาคส่วนที่เข้ามาดำเนินการ
 แทนหน่วยงานภาครัฐ รวมไปถึงการสนับสนุนให้มีการเชื่อมโยง ประสาน การดำเนินงาน
 ร่วมกันระหว่างสมาชิกกับสมาชิก และระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายให้มากขึ้น เพื่อให้
 ปฏิบัติงาน ได้คล่องตัวและมีประสิทธิภาพในการนำไปปฏิบัติจริง สอดคล้องกับงานวิจัย
 ของ จีรพร วงศ์ชัย, ณัชพล หลั่งนาค, อติศักดิ์ ย่อมเยา, จริยา แก้วภักดีและ พรสุณีย์
 เพชรน้ำค้าง (2565, หน้า 195) เรื่องแนวทางการเสริมสร้างการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ
 ขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย พบว่า ธุรกิจบริการในระยะที่ 4 ต้องให้ความสำคัญด้าน
 ทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องมุ่งในการสร้างทีมงานให้แข็งแรงสร้างความเชื่อมั่นและทำทีมงาน
 มองเห็นโอกาสที่จะเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจก่อให้เกิดความรักและผูกพันกับองค์กรรวมถึง
 ในด้านด้านการตลาดที่ต้องทำกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าให้มากขึ้นสร้างส่วนแบ่ง
 ตลาดมากและต้องพัฒนาความหลากหลายของมากขึ้นสร้างทางเลือกให้กับลูกค้า
 เช่นเดียวกับการศึกษาของ Daniele Sarri, Stefania Lombardo, Andrea Pagliai, Carolina
 Perna, Riccardo Lisci, Valentina De Pascale, Marco Rimediotti, Guido Cencini and
 Marco Vier. (2020, p. 1) เรื่อง Smart Farming Introduction in Wine Farms: A Systematic
 Review and a New Proposal ที่ได้มีการศึกษาถึงข้อเสนอวิธีใหม่สำหรับการจัดการฟาร์ม

มุ่งเน้นจากการนำผลมาจากการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการนำไปใช้อย่างก้าวหน้า ซึ่งได้ดำเนินการในประเทศอิตาลีซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเกษตรกร คนงาน หรือเจ้าของฟาร์มมุ่งเน้นที่มีการใช้เทคโนโลยีการเกษตรที่มีความแม่นยำมาใช้ในการนำเทคนิคและเทคโนโลยีการเกษตรที่แม่นยำมาใช้อย่างกลมกลืนและให้ผลกำไร ตลอดจนประเด็นต่าง ๆ ของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสร้างมาสร้างทางเลือกในการลงทุนในการดำเนินกิจกรรม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การนำผลการวิจัยไปใช้ด้านการปฏิบัติและในการวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นตามลำดับ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ผลิตหรือเกษตรกร ผู้แปรรูป และผู้ทำการตลาด รวมถึงสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร ควรใช้สื่อออนไลน์ เพื่อการพัฒนาหมากเฒ่าให้พืชเอกลักษณ์ที่มีคุณค่าของจังหวัดสกลนคร

1.2 สมาคมหมากเฒ่าสกลนครควรต้องเป็นองค์กรหลักในการประสานงาน โดยใช้ผลการวิจัยในการขับเคลื่อนให้หมากเฒ่ามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความร่วมมือหน่วยงานภาคีที่สนับสนุนส่งเสริม ทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสกลนคร

1.3 ผู้ประกอบการแปรรูปในธุรกิจหมากเฒ่าควรนำผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมาปรับปรุงหรือวางแผนการตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์แปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่า

1.4 สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนครควรนำตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ รองลงมาคือ การวางแผนกลยุทธ์ และประสบการณ์ทางธุรกิจ มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าร่วมกับหน่วยงานภาคีที่สนับสนุนส่งเสริมหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร

1.5 ผู้ประกอบการแปรรูปจากผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีมูลค่าสูง เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและเพิ่มยอดขายสินค้าให้เพิ่มมากขึ้น

1.6 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนครควรมีจัดงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้มีการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าโดยเฉพาะไวน์หมากเฒ่าร่วมกับเนื้อโคขุน โพนยางคำของจังหวัดสกลนครในงานเทศกาลต่าง ๆ ในจังหวัดสกลนคร

1.7 สมาคมหมากเฒ่าสกลนครควรผลักดันในหมากเฒ่ามีการพัฒนาอย่างครบวงจรร่วมกันโดยหน่วยงานภาคีทั้งภายในและภายนอกจังหวัดสกลนคร เพื่อให้ธุรกิจหมากเฒ่าประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาข้อมูลด้านสังคม เศรษฐกิจ ที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกร หรือผู้ปลูกหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

2.2 ควรมีการศึกษาพัฒนาศักยภาพยกระดับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

2.3 ควรมีการศึกษารูปแบบการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

บรรณานุกรม

- กนกพัชร์ กอประเสริฐ กสมล ชนะสุข และนัฏรัตน์ ไทรตระไวศยะ. (2561). การพัฒนา
บริษัทส่งออกจำลองแบบมีส่วนร่วมสำหรับผู้เพาะเลี้ยงปลาสวยงาม ในประเทศ
ไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University* (Humanities, Social Sciences
and arts), 11(2), 156–169.
- กัลยา สว่างคง และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561). กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ทางเลือก
สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าของไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn
University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 11
ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2561.*
- กัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล. (2564). *การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ด
ยูเคชั่น จำกัด.
- กรมกิจการเด็กและเยาวชน. (2559). *การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผน
และมาตรการด้านคุ้มครองและพัฒนาเด็กและเยาวชน*. กองยุทธศาสตร์และ
แผนงาน.
- กรรณิการ์ สมบุญ และสันตะยา เหมะวัน. (2557). การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนา
เครือข่ายธุรกิจ (Cluster) หมากร่อมในจังหวัดสกลนคร. *วารสารแก่นเกษตร*,
42(ฉบับพิเศษ 3), 322–327.
- กฤติยา อนุวงศ์ และสุรสิทธิ์ วชิรขจร. (2564). การพัฒนารูปแบบและวิธีการจัดการ
เครือข่ายที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย: กรณีศึกษาเครือข่ายในสังกัด
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. *วารสารมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ปีที่ 15 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม-ธันวาคม 2564.*
- โกศล ดีศีลธรรม. (2551). *Modern business logistics & supply chain management. How
to make companies globally competitive. โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสำหรับ
การแข่งขันยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัทฐานการพิมพ์ จำกัด.
- คณิง สายแก้ว. (2549). *ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารจัดการศึกษาปฐมวัยในจังหวัด
สกลนคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จันทร์ธานี สงวนนาม. (2545). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา*.

(พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: บุคพอยท์.

_____. (2557). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่4).

กรุงเทพฯ: บุคพอยท์.

เจษฎา พงศ์พิริยะกาญจน์. (2553). *รูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อคุณค่าของตราสินค้า กรณีศึกษาการจัดทำพันธมิตรทางธุรกิจของภัตตาคารติดร่วมกับร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

จิรพร วงศ์ชัย, ณัชพล หลังนาค, อติศักดิ์ ย่อมเยาว์] จริยา แก้วภักดี และพรสุณีย์ เพชรน้ำค้าง. (2565). *แนวทางการเสริมสร้างการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน 2565.*

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชนากานต์ บุญทอง, เกษราภรณ์ สดตาพงศ์ และณัฐยา ยวงใย (2562). *กลยุทธ์การบริหารจัดการบุคลากรที่มีศักยภาพสูงเพื่อสร้างความได้เปรียบในองค์กร. วารสารนักบริหาร, 39(1), 24-35.*

ชรินทร์ เกิดพุ่ม. (2564). *ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารโรงเรียนคุณภาพประจำตำบลอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุตรดิตถ์เขต 2. สารนิพนธ์ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.*

ชรินทร์ จิตตสุโก, (2560). *ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารสถานศึกษาขนาดเล็กสู่ความเป็นเลิศ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.*

ชลิตา บุญญา. (2557). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ วัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

- ชุดิเดช มั่นคงธรรม, ประพัฒน์สอน เปียกสอน และชาริณี พลวุฒิ (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการของธุรกิจโรงงานเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมยานยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, 32(2), 24-30.
- ไชยา ภาวะบุตร. 2549. ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ. (2566). การตลาดสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ*. ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (2566): มกราคม – เมษายน 2566.
- ณัฐชากุล บุญฤทธิ์. (2556). ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผักและน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บทความหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม 2556 สืบค้นจาก <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/4554>
- ณัฐทรีญา ศุภกาญจน์. (2564). กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปกรณ์เสริมสมารถโฟนของบริษัท Axel Thailand. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดวงใจ สมภักดี. (2559). *คอมพิวเตอร์ในงานธุรกิจ*. บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด: กรุงเทพฯ.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2558). *การเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- เดือนรุ่ง สุวรรณโสภา กรรณิการ์ สมบุญ สุดารัตน์ สกุลคุ ศิริพร สารคล่อง และสุเชียร นามวงศ์. (2558). สถานการณ์วัดดูติบในธุรกิจหมากเฒ่าจังหวัดสกลนครกลยุทธ์และแนวทางการบริหารจัดการ. *การประชุมสัมมนาวิชาการนานาชาติ “การยกระดับคุณภาพชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น” ครั้งที่2* ระหว่างวันที่ 30 พฤศจิกายน -3 ธันวาคม 2558 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่.
- ถวิล เกื้อกุลวงศ์. (2550). *การบริหารการศึกษาสมัยใหม่*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช.

- ทักษัญญา สง่าโยธิน. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน.
วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์: ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-
ธันวาคม 2560.
- ทวี วัชรเกียรติศักดิ์, ศิริพร เลิศยิ่งยศ และยุทธกร ฤทธิไธสง. (2562). การพัฒนา
รูปแบบความสำเร็จในการประกอบการสำหรับวิสาหกิจรายย่อย.
วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. ปีที่ 8
เล่ม 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2562.
- ทิปดี ทัพพรณ และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิง
สร้างสรรค์ ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *Veridian E-Journal, Silpakorn
University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 11(1), 396-410.
- ธนะพัฒน์ วิริต. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs)จาก
สภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี.
วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย ปีที่ 6ฉบับที่ 2 พฤษภาคม -สิงหาคม
2565.
- ธนิต แสงกระจ่าง. (2558). การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของ
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
พัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนา สวัสดิ์. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ของ
ประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ. สารนิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธนากรแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (2561). รายงานแนวโน้ม
ธุรกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ไตรมาสที่ 2 ปี 2561. โครงการแลกเปลี่ยน
ข้อมูลเศรษฐกิจและธุรกิจระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทยกับภาคธุรกิจ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). การบริหารงานบุคคล. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนา
พานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2538). องค์การ: ทฤษฎีและการออกแบบ. กรุงเทพฯ: บริษัทเมเนเจอร์
เซ็นเตอร์กรุงเทพ จำกัด.

ธวัชชัย เศรษฐจินดา. (2560-2561). *แนวทางการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเพิ่ม ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในประเทศไทย. หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรไทย วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.*

ธีรยุทธ วัฒนาศุโข. (2547). กลยุทธ์เพื่อการเติบโตสมัยใหม่ (Innovative Growth Strategy). *Chulalongkorn Review*. 16, 63 (เมษายน-มิถุนายน 2547: 84-99.

ธันยมัย เจียรกุล (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร ปีที่ 34 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน.*

ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญ. (2559). ความสำเร็จของธุรกิจท้องถิ่นด้วยการจัดการนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(3), 113-125.

นลิตา เตชะศิริประภา. (2564). ตลาดน้ำผลไม้คนดื่มน้อยลง เพราะเดี๋ยวนี้ใครเขาชอบกินหวาน. เข้าถึงได้จาก <https://marketeeronline.co/archives/213917>
5 พฤศจิกายน 2566.

นันทพร ดำรงพงศ์, รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, วิบูลย์ ชินบุรพา และมนทิตรา ตันตระวาณิชย์. (2563). การตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2563.*

นิภา ศรีวะรมย์, (2558). *การส่งเสริมสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการให้แก่ผู้เรียนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ในศตวรรษที่ 21. พัฒนาเทคนิคศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.*

นิตา ชูโต. (2545). *การวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แมทส์ปอยท์.*

นิรันดร์เกียรติ ลีวคุณูปการ. (2565). การจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน 2565.*

เนตร์พัฒนา ยาวีราษ. (2550). *การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท เซ็นทรัลเอ็กเพรส จำกัด.*

- ปภพพล เต็มธีรกิจ. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษา อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์*. ดุษฎีนิพนธ์สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ประคอง กรรณสูตร. (2535). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรัชญา เหมสว่าง และชาญชัย จิวจินดา (2563) ปัจจัยความสำเร็จของการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา. *Journal of Administrative and Management Innovation*. Vol.8 No.3 September – December 2020.
- ประภัสสร รังสิโรจน์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร* ปีที่ 8 ฉบับที่ 6 (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2563).
- ปัญญา จันทโคต และกุลธิดา ท่วมสุข. (2558). ปัจจัยที่สนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ชุมชนในประเทศไทย. *วารสารวิจัย สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*. 8(1), 42-53.
- ปาณิสรา จรัสวิญญู. (2550). *การวางแผนและการจัดการโครงการ*. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ปริญนันท์ โพธิ์ศิริวัฒน์, พิชชา วิสิทธิ์พานิช และภัทราพร ดีกขาว. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารรามคำแหง ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย* ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2565.
- พนิดา พานิชกุล, (2554). *การจัดการธุรกิจ Business Management*. กรุงเทพฯ: บริษัท เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด.
- พิทักษ์ชัย ทศตร. (2558). *แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2531). *ทฤษฎีองค์การสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์*. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ทิพวรรณ สุขใจรุ่งวัฒนา. (2557). การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายในการเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ สำหรับผู้นำองค์กรนิสิต/นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2557-2566). วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชรินทร์พร ภู่อภิลิทธิ, ระจิตรา ศุภติลลลักษณ์, อนงค์ ไตวัลย์ และวัชรภรณ์ ชัยวรรณ, (2557). การศึกษาสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (OTOP) ในเขตภาคกลางเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พิศดาร แสนชาติ. (2565). การบริหารการพัฒนาท้องถิ่นบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลนครสกลนคร จังหวัดสกลนคร. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- เพ็ญพร เพชรสุศิริ. (2531). การวัดทัศนคติ. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เพ็ญดา ทุไพบเราะ. (2564). การพัฒนาหลักสูตรที่เสริมสร้างสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการ ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการทางการศึกษาและการจัดการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระนาถเสน นาคเสน. (2562). ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารการศึกษา นานาชาติ ของมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- พรทิพย์ แพงจันทร์ (2558). พืชท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. รายงานการวิจัย. กรมวิชาการเกษตร.
- พรทิพย์ เพ็งหนู ปรเมศร์ อัครเรืองพิภพ และโอปอล์ สุวรรณเมฆ. (2563). สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลไม้พร้อมดื่มดอยคำในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (2563).

- พรพรหม พรหมเพศ. (2551). *ธุรกิจเปลี่ยน-Business : A Changing World*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป.
- ภรณ์ กীরติบุตร. (2529). *การประเมินประสิทธิผลขององค์การ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ภาวณี กาญจนภา. (2554). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อปจำกัด.
- ภารดี อนันต์นาถ. (2551). *หลักการ แนวความคิด ทฤษฎี การบริหารการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่2). ชลบุรี: มนตรี.
- มยุรี อนุมานราชชน. (2552). *นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.
- มรกต กำแพงเพชร, สวรรยา ธรรมอภิพล และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2562). คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรสีเขียว. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 11(1), 262-275.
- มาริช หัสชู. (2563). *การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าสำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป*. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอาหาร แผนก ข ระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีอาหาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยรรยง ศรีสม. (2553). ห่วงโซ่คุณค่าในทางโลจิสติกส์ (ตอนจบ) value chain. *Technology Management*. June-July 2010, Vol.37 No.211.
- รัตนา สีด. (2559). พันธมิตรทางธุรกิจ: องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร กระบวนการเรียนรู้ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร. *วารสารปัญญาภิวัฒน์* ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 ประจำเดือนกันยายน - ธันวาคม 2559.
- รัตนารณ สมบูรณ์. (2556). *ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตนักเรียนโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รัตน์ชนก จันยัง. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร*. ปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2550). *นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ลัดดาวัลย์ เนานาดี. (2565). *ข้อเสนอเชิงนโยบายการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยสหวันนะเขต*. ปริญญา

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สกลนคร.

วชิระ พลพิทักษ์ วัชรชัย ไพโหล และเพลินพิศ ธรรมรัตน์. (2563). ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อ
พัฒนาการจัดการศึกษาตามแผนการศึกษาแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579)
ในจังหวัดนครพนม. *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราช
ธานีวิชาการ ครั้งที่ 5 “การวิจัยเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Research to Make A
CHANGE)”*, น. 288–304.

วรเดช จันทรศร. (2554). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5).

กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

วรพิทย์ มีมาก. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายกองทุน
หมู่บ้านไปปฏิบัติ บทวิเคราะห์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ* ปีที่ 20 ฉบับเดือนมกราคม–ธันวาคม 2560.

วิฑูรย์ ฐานเมธี. (2553). *การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารกิจการคณะ
สงฆ์ ในจังหวัดหนองบัวลำภู*. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐ
ประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช
วิทยาลัย.

วีระพัฒน์ เศรษฐสมบุรณ์, เสกสรร บัวระภา และรังสฤษฎ์ สุทธิคุณ. (2549). กลยุทธ์การ
พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเชิงท่องเที่ยวเพื่อการส่งออกในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง. *การ
ประชุมสัมมนาเชิงวิชาการประจำปี 2549 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
ครั้งที่ 6*.

แววมยุรา คำสุข และ มรกต กำแพงเพชร. (2557). การจัดการความเสี่ยงด้านทรัพยากร
มนุษย์ขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 6(1), 229–233.

แวววรรณ ก้องไตรภพ ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง วิพร เกตุแก้ว และหรรณ ชูเพ็ญ. (2560).
นโยบายสาธารณะและหลักความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษาการสร้าง
ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มกีฬา
ไทย. *วารสารวิชาการเฉลิมกาญจนา* ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม–ธันวาคม
2560.

วันชัย มีชัย. (2557). *การบริหารองค์กร*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

- ศรีบุญญา อรุณภู. (2557). *การศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการที่ประสบ
ความสำเร็จในธุรกิจการบริหารของบริษัทเคว่าเตอร์เซอร์วิส จำกัด.*
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ศิริรัตน์ เกื้อนสมบัติ. (2558). *โครงการวิจัยและพัฒนาการผลิตมะเมี๊ยะพื้นที่จังหวัด
สกลนคร. รายงานวิจัย. กรมวิชาการเกษตร.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ: บริษัท ชีระฟิล์ม และ
ไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, ลัทธิกาล ศรีวะรัมย์, สุดา สุวรรณภิรมย์ และ
ชาลิต ประภาวนนท์. (2545). *องค์การและการจัดการ.* กรุงเทพฯ: บริษัทธรรม
สาร จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และองอาจ ปะทะวานี. (2534).
หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: S.M. Circuit Press.
- ศิริภรณ์ กรุ่ยรุ่งโรจน์. (2562). *การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) กรณีศึกษา
ด้านอาหาร : ปีงบประมาณ 2559–2561. กองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภค
ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น สำนักงานคณะกรรมการ
อาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข.*
- ศุภชัย สัมปปีโต. (2554). *มะเมี๊ยะ.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สิริกาญจน์ เขี่ยมอาจหาญ. (2554). *การนำนโยบายธรรมาภิบาลไปปฏิบัติในองค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น : วิเคราะห์กรณี องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมือง
จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐ
ประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.*
- สัญญา เคนาภูมิ. (2559). *กรอบแนวคิดการศึกษานโยบายสาธารณะ. วารสารวิชาการ
และวิจัย สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 11 (33) : กันยายน –
ธันวาคม 2559.*
- สยาม ประสิทธิศิริกุล. (2561). *พันธมิตรทางธุรกิจยุค 4.0. เข้าถึงได้จาก
<https://www.prachachat.net/facebook-instant-article/news-230364>
4 มิถุนายน 2566.*
- สรียา ศะระมย์, ภัทรฤทัย เกณิกาสมานวรคุณ และยุทธพงษ์ อรัญยานนท์. (2562).

- พฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 5 ฉบับที่2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2562.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การบริหารการตลาด.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสกสรร วัฒนพงษ์. (2542). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการประสานงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจทางหลวงกับเจ้าหน้าที่ตำรวจภูธรในพื้นที่ทางหลวง หมายเลข34 บางนา-บางปะกง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมาคมหมากเฒ่าสกลนคร. (2564). รายชื่อสมาชิกและเครือข่าย. (อัดสำเนา).
- ลิตธิชัย ธรรมเสนห์. (2555). สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทกิจกรรมสถานบริการสปาในจังหวัดชลบุรีกับขีดความสามารถอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการ. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนิรันดร์ และธนพล ก่อฐานะ. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2562.
- สมภาร คีโล. 2552. ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ดุฎิบัณฑิต ศษ.ด.(การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมโพธิ วงศ์พันธุ์. (ม.ป.ป.). ชุดการสอนวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร Agribusiness Management. หลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง พุทธศักราช 2546. วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีระนอง คณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- สัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์. (2560). ประสิทธิผลในการพัฒนาการจัดการธุรกิจระยะไร้เชื้อเคิลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย, 7(2), 116-127.
- สุธี พนาวาร. (2545). วิธีคิด 1009 วิธีการของผู้ประกอบการ เล่ม 2. กรุงเทพฯ: ทิปป์ป้อยท์.

- สุธีรา เดชนครินทร์, จันติมา จันทรเอี่ยม, ธธิรา ศิริพันธ์, วชิราภรณ์ ขุนจันทร์ และภัทริยา สังข์น้อย. (2553). *ธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการขั้นแนะนำ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- สุบัน บัวขาว. (2562). การพัฒนาศักยภาพการตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์* ปีที่ 21 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2562.
- สุภาภรณ์ โตโสภณ. (2561). *การพัฒนาหลักสูตรเสริมสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดฝึกปัญญาจากต้นแบบสำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง. หลักสูตรปริญญาการศึกษาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยนเรศวร*.
- สุภาภรณ์ อุดมลักษณ์, เบญจวรรณ นันทชัย, นิรัช รุ่งเรืองลาภไพศาล และอิสรา โยริยะะ. (2564). *สมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการจัดการเรียนการสอน ที่ส่งเสริมสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของนิสิตพยาบาล. วารสารสมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทยฯ สาขาภาคเหนือ*. ปีที่ 27 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม-มิถุนายน 2564.
- สุรสิริ อินตะ. (2551). *ความสัมพันธ์ของการสื่อสารทางการตลาดกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอแม่สะเรียงจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ.
- สำนักงานจังหวัดสกลนคร. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ฉบับปีงบประมาณ พ.ศ. 2566*.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2553. *ข้อเสนอการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ. 2552-2561)*. กรุงเทพฯ : พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- สุขุมารณ์ ศรีเผด็จ และ ศิริพร พุกหน้า. (2560). *สถานการณ์การตลาดและการผลิตหมากเฒ่าอำเภอภูพานจังหวัดสกลนคร. วารสารแก่นเกษตร*, 45 (ฉบับพิเศษ 1), 1265-1271.
- สุตารัตน์ ชีรธรรมธาดา. (2557). *ปัจจัยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และความฉลาดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์. (2564). *ธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ (Business and Entrepreneurs)*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- สุดารัตน์ สกุลคุ. (2549). *แม่ไม้ผลสมุนไพรวงศ์คุณค่าคู่สกุลนคร. สรุปผลการประชุมสัมมนาเทศกาลวันหมากแม่จังหวัดสกลนคร ครั้งที่ 5. สกลนคร. สมศักดิ์การพิมพ์.*
- สุดารัตน์ สกุลคุ สุเชียร นามวงศ์ และกรรณิการ์ สมบุญ. (2552). *กระบวนการเรียนรู้ การอนุรักษ์และการจัดการแม่. รายงานฉบับสมบูรณ์. คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร.*
- สุดารัตน์ สกุลคุ. (2555). *หมากแม่สกลนคร. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดสกลนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร.*
- สุดารัตน์ สกุลคุ กรรณิการ์ สมบุญ และศิริพร สารคล่อง. (2559). *การถอดบทเรียนการปลูกและการดูแลต้นหมากแม่เพื่อผลิตหมากแม่อย่างมีคุณภาพ. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร.*
- สุดารัตน์ สกุลคุ. (2561). *โครงการส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร จังหวัดสกลนคร กิจกรรม 2 ส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตหมากแม่ กิจกรรมย่อยที่ 2.2 การเพิ่มผลผลิตหมากแม่สวนอายุ 10 ปีขึ้นไป. รายงานการดำเนินงาน. คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร.*
- สุนิสา กัณทะพงศ์, เกียรติชัย กาฬสินธุ์ และพันธธวัช เศวตภาณุวงศ์. (2559). *ปัจจัยของพันธมิตรที่มีผลต่อความสำเร็จในการสร้างคุณค่าที่ใช้ร่วมกันกับสังคม. วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. ปีที่ 39 ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม 2559.*
- อัจฉรา อัญญาลคุปต์. (2559). *สมรรถนะหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.*
- อรุณ รักธรรม. (2532). *การพัฒนาองค์การ : แนวความคิดและการประยุกต์ใช้ในระบบสังคมไทย. กรุงเทพฯ: หจก.สหายปลือกและการพิมพ์.*

- อนิวัช แก้วจำนงค์. (2561). ภาวะผู้นำกับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*. 7(2), 39-57.
- อราม คุ่มกลาง และวินัย แสงแก้ว. 2540. มะเ็นไม้ผลที่ต้องพัฒนา. *วารสารสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ฉบับพิเศษ คล้ายวันสถาปนาสถาบัน* ครบรอบ 22 ปี. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ครุสภาลาดพร้าว.
- อรรถศาสตร์ วิเชียรศาสตร์. (2557). การจัดการธุรกิจเกษตร Agribusiness Management. *เอกสารประกอบการสอน. คณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*.
- เอพร โมฬี. (2561). แนวทางการพัฒนาศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อการเกษตร ตำบลทุ่งคาวัต อำเภอละแม จังหวัดชุมพร. *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อาศิรา ราชเวียง, พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, สมใจ ศรีเนตร และวีรวัฒน์ เพ็งช่วย. (2565). การบูรณาการและการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกไม้เศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณภาพในพื้นที่เสื่อมโทรม กรณีศึกษากลุ่มชุมชนภาคกลางตอนล่าง. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน 2565*.
- อาทิตย์ วุฒิศะโร. (2543). อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 12(46), 39-48.
- อาภาภักดิ์ เหลาพร และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล. (2563). ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมจังหวัดอีสาน. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.* 13 (1) ม.ค. – มิ.ย. 2563.
- Anderson, James E. (1994). *Public Policy Making: An Introduction*. 2nd ed. Boston: Houghton Mifflin.
- Allison, P. D. (1999). *Multiple regression: A primer*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge.
- Best, J.W. (1997). *Research in education*. 3rd ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Ltd.
- Belsley, D. A. (1991). *Conditioning diagnostics collinearity and weak data in regression*. New York: Willey.

- Daliborka Blazheska and Meri Nickova. (2019). Creating Marketing Strategies for Development of the Wine Tourism. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences* Vol. 6, No. 4, October 2016.
- Dania, W. A. P., Xing, K., & Amer, Y. (2018). Collaboration behavioural factors for sustainable agri-food supply chains: A systematic review. *Journal of cleaner production*, 186, 851–864.
- Daniele Sarri, Stefania Lombardo, Andrea Pagliai, Carolina Perna, Riccardo Lisci, Valentina De Pascale, Marco Rimediotti, Guido Cencini and Marco Vier. (2020). Smart Farming Introduction in Wine Farms: A Systematic Review and a New Proposal. *Sustainability* 2020, 12, 7191; doi:10.3390/su12177191
- Emanuele Schimmenti, Giuseppina Migliore, Caterina Patrizia Di Franco, Valeria Borsellino (2016). Is there sustainable entrepreneurship in the wine industry? Exploring Sicilian wineries participating in the SOStain program. online at www.sciencedirect.com Wine Economics and Policy. Volume5 Issue1 Page 14–23.
- Evans, Joel R.; & Berman Barry. (1995). *Principle of Marketing*. 3rd ed. New Jersey: Prentice Hall, Ltd.
- Figueiredo, V., and Franco, M. (2018). Factors influencing cooperator satisfaction: A study applied to wine cooperatives in Portugal. *Journal of Cleaner Production*, 191, 15–25.
- Hazudin, S. F., Riduan, M. A., Kader, A., Tarmuji, N. H., Ishak, M., and Ali, R. (2015). *Discovering Small Business Start up Motives, Success Factors and Barriers: A Gender Analysis*. *Procedia Economics and Finance*, 31, 436–443.
- Hoffmann, P. (2005). *Antidesma in Malesia and Thailand*. First published in 2005 by Royal Botanic Gardens, Kew Richmond, Surrey, TW9 3AB, UK
- Holweg, M., & Helo, P. (2014). Defining value chain architectures: Linking strategic value creation to operational supply chain design. *International Journal of Production Economics*, 147(Part B), 230–238.
- Ireland, R. D., Hoskisson, R. E., & Hitt, M. A. (2013). *The management of strategy*:

- Concepts and cases (10th ed.)*. South-Western: Cengage learning.
- Kemayel, L. (2015). *Success Factors of Lebanese SMEs: An Empirical Study*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1123–1128.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, H., Kim, J. and Kim, J. (2007). Determinants of success for application service provider: An empirical test in small businesses. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(9), 796–815.
- Long, T. B., Looijen, A., Blok, V. (2018). Critical success factors for the transition to business models for sustainability in the food and beverage industry in the Netherlands. *Journal of Cleaner Production*, 175, 82–95.
- Lückmann, P., and Feldmann, C. (2017). *Success Factors for Business Process Improvement Projects in Small and Medium Sized Enterprises – Empirical Evidence*. *Procedia Computer Science*, 121, 439–445.
- Martins de Resende, I. M., Volski, I., Betim, L. M., Gomes de Carvalho, G. O., Barros, R. D., and Senger, F. P. (2018). *Critical success factors in coopetition: Evidence on a business network*. *Industrial Marketing Management*, 68, 177–187.
- Remmer, H.H. (1954). *Introduction to Opinion and Attitude*. New-York: Harper and Brothers Publisher.
- Seldin, P. (1988). *Evaluation and Developing Administration Performance*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schuh, G., Gudergan, G., Feige, B. A., Buschmeyer, A., and Krechting, D. (2015). Business Transformation in the Manufacturing Industry – How Information Acquisition, Analysis, usage and Distribution Affects the Success of Lifecycle-Product-Service-Systems. *Procedia CIRP*, 30, 335–340.
- Scott, I. (2017). A business model for success: Enterprises serving the base of the pyramid with off-grid solar lighting. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 70, 50–55.

- Staniewski, M. W., and Awruk, K. (2019). Entrepreneurial success and achievement motivation – A preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success. *Journal of Business Research*, 101, 433–440.
- Steers R. M. (1977). *Organizational Effectiveness: A Behavioral View*. Santa Monica, Cliff: Good year Publishing.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York. Harper and Row Publications.
- Thomas R. Dye. (1984). *Understanding Public Policy*. 5th ed. Prentice–Hall, Englewood Cliffs, N.J.
- Vicharn Amarakul. (2015). *Influences of Factors Affecting the Farmers' Network of Safe Vegetable Productions*. School of Social Sciences Chiang Rai Rajabhat University. 8(2), 240–256.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการวิจัย

ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๔๐๒



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๕ เมษายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละมัย ร่มเย็น

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กรอบแนวคิดการวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะ
๒. เครื่องมือการวิจัย
๓. แบบประเมินเครื่องมือการวิจัย

ด้วย นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๑๖๓๒๓๔๒๐๒ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนการบริหารงานในจังหวัดสกลนคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ เวสสันท์ และ ว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย เพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ที่นักศึกษาได้จัดทำขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศีกานต์ เพียรธัญญกรณ์)

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๙๗ ๐๒๒๙

โทรสาร ๐ ๔๒๙๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๘ ๕๔๘๐ ๔๒๑๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”



ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๑๓๖๔

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถ.นิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย

เรียน นายคนพ วรรณวงศ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย

ด้วย นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๑๖๒๓๓๒๔๓๐๒ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ วัฒนสินธ์ และว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ทั้งนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอทดลองใช้เครื่องมือการวิจัย เพื่อหาความเชื่อมั่นในการศึกษาวิจัยประกอบการทำวิทยานิพนธ์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ผ่านการรับรองขอยกเว้นจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร โดยยึดหลักเกณฑ์ตามคำประกาศเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) และแนวทางการปฏิบัติการวิจัยทางคลินิกที่ดี (ICH GCP) เลขที่ใบรับรอง NRFIP-๐๓๑ ลงวันที่ ๒ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ ดังนั้น บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์ท่านอนุญาตให้นักศึกษาทำการทดลองใช้เครื่องมือวิจัยดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศีกานต์ เพียรธัญญกรณ์)

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๘ ๕๔๘๐ ๔๒๑๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”

ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๑๔



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถนนโยธาตุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๑๐ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตกระทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน สรรพสามิตจังหวัดสกลนคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย

ด้วย นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๑๖๓๒๒๓๔๒๐๒ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาบรรพบุรุษกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ เวะสินนท์ และว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จึงขออนุญาตกระทำการจากท่าน ให้นักศึกษารายดังกล่าวได้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ผ่านการรับรองขอยกเว้นจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร เลขที่ NRFP-031 ลงวันที่ ๒ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ประกอบการศึกษาวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศีกานต์ เพียรธัญญกรณ์)

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๘ ๕๔๘๐ ๔๒๑๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”

ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๑๔๖



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถนนิตโย ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ

เรียน นายคณพ วรณวงศ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการประชุม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๑๖๓๒๒๓๔๒๐๒ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนกรกิจหมาเฝ้าในจังหวัดสกลนคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ วะสินันท์ และว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนกรกิจหมาเฝ้าในจังหวัดสกลนคร ในวันศุกร์ที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๔ เวลา ๐๙.๐๐ น. ห้องประชุมสำนักงานคณบดี คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศีกานต์ เพียรธัญญกรณ์)

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๒๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๘ ๕๔๘๐ ๔๒๑๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”

ที่ อว ๐๖๒๑.๑๒/ว ๕๗๒



มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
๖๘๐ ถนนโยธา ต.ธาตุเชิงชุม
อ.เมือง จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐

๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญยื่นข้อเสนองค์ประกอบ

เรียน นางสาวโสมธิดา สุวรรณเก

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือการวิจัย

ด้วย นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๖๑๖๓๒๒๓๔๒๐๒ ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนกริทธิมากเมาในจังหวัดสกลนคร” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล เป็นประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ วะสินนท์ และว่าที่ร้อยตรี ดร.พิศดาร แสนชาติ เป็นกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญยื่นข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนกริทธิมากเมาในจังหวัดสกลนคร เพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิกานต์ เพียรธัญญกรณ์)

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๔๓๔๗ ๐๒๒๔

โทรสาร ๐ ๔๒๔๗ ๐๐๓๒

ผู้ประสานงาน นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๘ ๕๔๘๐ ๔๒๑๘

“อยู่สกล รักสกล ทำเพื่อสกลนคร”

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือ วันที่ 5 เมษายน 2564

1. นายคนพ วรณวงศ์
นายกสมาคมหมากเม่าสกลนคร
2. นายต้นเฒ่า พันธนิติ
เลขาธิการสมาคมหมากเม่าสกลนคร
3. ผศ.ดร.ละมัย ร่มเย็น
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
4. ผศ.ดร.ชาติชัย อุดมกิจมงคล
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
5. ผศ.ดร.สัญญาพรรณ สวัสดิ์ไธสง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
6. ผศ.ดร.จักรเวศ เมตตะธำรง
คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตสกลนคร
7. ผศ.ดร.ปราโมทย์ เหลาลาภะ
คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตสกลนคร

รายนามผู้ให้ข้อมูลที่เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย
การพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2565

กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร

- | | |
|----------------------------|-------------------------|
| 1. นายคนพ วรรณวงศ์ | นายกสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร |
| 2. นายมีชัย ตีมะการ | อุปนายกฯ คนที่ 1 |
| 3. นายวิชชัย กุณวงศ์ | อุปนายกฯ คนที่ 2 |
| 4. นายเกษม จันทร์ไตร | อุปนายกฯ คนที่ 3 |
| 5. นายมิตรศักดิ์ พรหมสุภา | นายทะเบียน |
| 6. นายกฤษฎา พัทธเนตร | ประชาสัมพันธ์ |
| 7. นางอรทัย ชันธแก้ว | ปฏิคม |
| 8. นายเกรียงไกร นาคสวัสดิ์ | เหรียญกษาปณ์ |
| 9. นายต้นเผ่า พันธนิติ | เลขาธิการ |

เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่า

1. นางกัลยา หาญภูมิ
2. นางศุภรัตน์ ลาตบาศรี
3. นางสาวโสเมธิดา สุวรรณเก
4. นางประรศ ศรียา
5. นายโมะระรา จิตรปรีดา
6. นางแดงอน ศรีมุกดา
7. นายลำพงษ์ บุตรศรี
8. นางมาลัย ไชยศรีหา
9. นายพิศ แสนบุญมี
10. นางคำมา ไชยบุปผา

หน่วยงานราชการที่สนับสนุน

1. ท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร
2. เกษตรจังหวัดสกลนคร
3. พัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร
4. พาณิชยจังหวัดสกลนคร
5. อุตสาหกรรมจังหวัดสกลนคร

นักวิชาการ

1. ผศ.ดร.สุดาร์ตน์ สกุลคู
ข้าราชการบำนาญ สาขาพืชศาสตร์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ
2. ดร.สุจิตรา เจาะจง
สังกัดสาขาวิชาพืชศาสตร์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ
3. ผศ.ดร.สุกัญญา สายธิ
สังกัดสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะทรัพยากรธรรมชาติ
4. ดร.รุ่งกานต์ บุญนาถกร
สาขาเทคโนโลยีการอาหาร คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
5. ผศ.เรืองฤทธิ์ หาญมนตรี
สาขาวิชาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญในยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร จำนวน 15 ราย ดังนี้

หน่วยงานราชการที่สนับสนุนส่งเสริม

1. นางเอี่ยมพร ลือรินทร์ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดสกลนคร
2. นายอดิสร เชื้อไทย หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร
3. นายอาทิตย์ คำศรี นักวิชาการพัฒนาชุมชน
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร
4. นางเกศินี พวงประดิษฐ์ พาณิชย์จังหวัดสกลนคร
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร
5. นายดลจินดา โมธรรม ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร
สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลนคร

นักวิชาการ

1. ดร.สุจิตรา เจาะจง
สาขาวิชาพืชศาสตร์ คณะทรัพยากรธรรมชาติ
2. ดร.รุ่งกานต์ บุญนาถกร
สาขาเทคโนโลยีการอาหาร คณะทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เฉลิมพระเกียรติสกลนคร
3. ผศ.เรืองฤทธิ์ หาญมนตรี
สาขาวิชาธุรกิจเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

กรรมการบริหารสมาคมหมากเฒ่าสกลนคร

1. นายคนพ วรรณวงศ์
2. นายต้นเฒ่า พันธนิติ

เกษตรกร

1. นางประรส วิศิธา
2. นางอรทัย ชันธแก้ว

ผู้แปรรูป

1. นายเกรียงไกร นาคสวัสดิ์
2. นายเกษม จันทร์ไตร

ผู้จัดจำหน่าย

1. นางสาวโสมธิดา สุวรรณเก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ภาคผนวก ค

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

คำชี้แจงการตอบแบบสัมภาษณ์

1. แบบสัมภาษณ์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

2. แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์จากท่าน และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก.....

วันที่ให้สัมภาษณ์.....เวลา.....น

สถานที่สัมภาษณ์.....

.....

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ที่อยู่ หรือ ที่ทำงาน

.....

.....

.....

ประวัติการศึกษา และความสามารถพิเศษ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติการทำงาน

.....

.....

.....

.....

ประสบการณ์

.....

.....

.....

ข้อมูลอื่นๆ

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบ ธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

การบันทึกผลสัมภาษณ์ตามประเด็น คำถามต่อไปนี้

1. สภาพปัญหาของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

.....

.....

.....

1.1 ปัญหาการผลิตเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.1.1 ปัญหาการปลูกหมากเฒ่าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.1.2 ปัญหาการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.1.3 ปัญหาในการเก็บผลผลิตต้นหมากเฒ่าอย่างไร

.....

.....

.....

1.1.4 ปัญหาในการขยายพันธุ์ต้นหมากเฒ่าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.2 ปัญหาในการแปรรูปหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.2.1 ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ที่ผ่านแปรรูปมีปริมาณเพียงพอตามความต้องการหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

1.3 ปัญหาด้านการตลาดหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.3.1 ปัญหาการตลาดผลหมากเฒ่าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.3.2 ปัญหาการตลาดกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.3.3 ปัญหาการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.4 ปัญหาด้านการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานในจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.4.1 ปัญหาการสนับสนุนส่งเสริมด้านงบประมาณหรือวัสดุอุปกรณ์เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.4.2 ปัญหาการสนับสนุนส่งเสริมด้านวิชาการหรือเทคโนโลยีเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

1.4.3 ปัญหาการสนับสนุนส่งเสริมด้านกฎระเบียบ หรือข้อกฎหมายต่างๆ เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2. ความต้องการพัฒนาของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

.....

.....

.....

2.1 ความต้องการพัฒนาการผลิตหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2.2 ความต้องการพัฒนาการแปรรูปหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2.3 ความต้องการพัฒนาการตลาดหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2.4 ความต้องการพัฒนาการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาคีของจังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก
หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์ภาพรวม โดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด จึงให้ท่านโปรดพิจารณาตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง
3. แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้
 - ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า ได้แก่ น้ำหมากเฒ่าพร้อมดื่ม น้ำหมากเฒ่าเข้มข้น หรือไวน์หมากเฒ่า ในจังหวัดสกลนคร จำนวน 6 ด้าน ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ
 - 5 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยมากที่สุด
 - 4 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยมาก
 - 3 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยปานกลาง
 - 2 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยน้อย
 - 1 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด
 - ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
4. เมื่อท่านตอบแบบสอบถามเสร็จแล้วขอความกรุณาส่งคืน เพื่อผู้วิจัยจะนำข้อมูลของท่านมาวิเคราะห์ผลเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

จึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ
 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามสภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1.	เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2.	อายุปี
3.	สถานภาพ () 1. โสด () 2. สมรส () 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4.	ระดับการศึกษา () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น () 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () 4. ปวส. () 5.ปริญญาตรี () 6. ปริญญาโท () 7. ปริญญาเอก
5.	อาชีพ () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. ข้าราชการ () 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน () 5. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () 6. รับจ้างทั่วไป () 7. แม่บ้าน () 8. เกษตรกร () 9. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6.	รายได้รวมต่อปี.....บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูป จากหมากเฒ่า	ระดับความคิดเห็นของ ผู้บริโภค				
		5	4	3	2	1
1.	ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีรสชาติความอร่อย					
1.2	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีคุณค่าทางสารอาหาร					
1.3	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีสีสันทันรับประทาน					
1.4	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันทัน สวยงาม					
1.5	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีฉลากที่แสดงรายละเอียดครบถ้วน					
1.6	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่มีความปลอดภัย					
1.7	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีความสะดวกในการพกพาหรือเคลื่อนย้าย					
2.	ด้านราคา					
2.1	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ					
2.2	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณที่ได้รับ					
2.2	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีการแสดงป้ายราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน					
2.4	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ					
3.	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1	ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีทำเลที่มีความสะดวกในการซื้อ					
3.2	ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย					
3.3	ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีจำนวนเพียงพอ					

ข้อ	ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า	ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค				
		5	4	3	2	1
3.4	ความสะดวกในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าผ่านระบบโซเชียลมีเดีย หรือ ออนไลน์					
4.	การส่งเสริมการตลาด					
4.1	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ส่วนลดเงินสดกับลูกค้าเมื่อมีการซื้อในปริมาณที่มาก					
4.2	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่ามีการมอบของสมนาคุณหรือของแถมให้กับผู้บริโภค					
4.3	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการให้ลูกค้าทดสอบชิมผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ					
4.4	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลรายละเอียดสินค้าให้ผู้บริโภคทราบ					
4.5	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีการรับประกันผลิตภัณฑ์เมื่อผลิตภัณฑ์มีปัญหาหรือชำรุดเสียหาย					
4.6	ผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าหรือผู้จัดจำหน่ายมีบริการตอบข้อซักถามหลังการขายหรือการบริโภค					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์หาพหุผล โดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด จึงให้ท่านโปรดพิจารณาตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร
3. แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้
 ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม
 ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ
 ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
4. เมื่อท่านตอบแบบสอบถามเสร็จแล้วขอความกรุณาส่งคืน เพื่อผู้วิจัยจะนำข้อมูลของท่านมาวิเคราะห์ผลเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าต่อไป
 จึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ
 นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามสภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

() 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุปี

3. สถานภาพ

() 1. โสด () 2. สมรส () 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
() 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช () 4. ปวส.
() 5.ปริญญาตรี () 6.ปริญญาโท
() 7.ปริญญาเอก

5. อาชีพ

() 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. ข้าราชการ
() 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
() 5. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () 6. รับจ้างทั่วไป
() 7. แม่บ้าน () 8. เกษตรกร
() 9. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้รวมต่อปี.....บาท

7. รายได้จากธุรกิจรวมมาปีละ.....บาท

8. ท่านเป็นผู้เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจหมากเมา

() 1. ผู้ผลิต (ตอบข้อ 9.) () 2. ผู้แปรรูป (ข้ามไปตอบตอนที่ 2)
() 3. ผู้จัดจำหน่าย (ตอบข้อ 10.)

9. ผู้ผลิต

() 1. ผู้ผลิตผลสด () 2. ผู้ผลิตกึ่งพันธุ์

10. ผู้จัดจำหน่าย

() 1. จำหน่ายกึ่งพันธุ์ () 2. จำหน่ายผลสด () 3. จำหน่ายผลิตภัณฑ์

**ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร**

คำชี้แจง โปรดอ่านแบบสอบถามในแต่ละข้ออย่างชัดเจน และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือช่องใดช่องหนึ่งที่ตรงกับความเป็นจริง/ ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงข้อละ 1 เครื่องหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

5 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความเห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความเห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความเห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความเห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ความคิดเห็นของท่านต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1.	นโยบายภาครัฐ					
1.1	ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมกับระบบธุรกิจหมากเฒ่า					A1
1.2	นโยบายของภาครัฐสามารถนำมาใช้พัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าได้					A2
1.3	ภาครัฐมีแผนงานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า					A3
1.4	ภาครัฐมีการดำเนินงานหรือสนับสนุนกิจกรรมในระบบธุรกิจหมากเฒ่า					A4
1.5	ภาครัฐมีการติดตามประเมินผลการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าสกลนคร					A5

ข้อ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า	ระดับความคิดเห็น					
		5	4	3	2	1	
2.	พันธมิตรทางธุรกิจ						
2.1	ท่านได้ทำความร่วมมือกับองค์กรหรือภาคส่วนทางธุรกิจหรือผู้ประกอบการอื่นในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า						B1
2.2	ท่านมีการรวมกลุ่มกับผู้ประกอบการอื่น เพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกัน						B 2
2.3	ท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ						B3
2.4	ท่านมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน						B4
2.5	ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน						B5
2.6	ผู้ประกอบการธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน						B6
3.	สมรรถนะของผู้ประกอบการ ดังนี้						
3.1	การวางแผนกลยุทธ์						
3.1.1	ท่านมีการกำหนดแผนการทำงานไว้อย่างชัดเจน						C1
3.1.2	แผนงานมีความครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด						C2
3.1.3	ท่านมีการวางแผนการทำงานระยะสั้นที่ครอบคลุม 1 ปี						C3
3.1.4	ท่านมีการวางแผนการทำงานระยะยาวที่ใช้ระยะในการทำกิจกรรม มากกว่า 1 ปี						C4
3.1.5	ท่านได้ปฏิบัติตามแผนที่วางไว้						C5
3.1.6	ท่านมีการวางแผนในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต						C6
3.17	ท่านมีการวางแผนเพื่อพัฒนาธุรกิจหมากเฒ่าให้ดีขึ้น						C7

ข้อ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า	ระดับความคิดเห็น					
		5	4	3	2	1	
3.2	การเรียนรู้						
3.2.1	ท่านมีการเรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจ หมากเฒ่าด้วยตนเองอยู่เสมอ						D1
3.2.2	ท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันกับ ผู้ประกอบการอื่น ๆ เสมอ						D2
3.2.3	ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจ หมากเฒ่าจากหน่วยงานราชการหรือเอกชน อยู่เสมอ						D3
3.2.4	ท่านได้รับการฝึกฝนทักษะการทำงานเกี่ยวกับ ธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ						D4
3.2.5	ท่านได้ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ หมากเฒ่าให้แก่คนที่สนใจ						D5
3.3	ประสบการณ์ทางธุรกิจ						
3.3.1	ท่านได้ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่ามาไม่ น้อยกว่า 5 ปี						E1
3.3.2	ท่านเคยประสบปัญหาในธุรกิจหมากเฒ่าและ สามารถแก้ปัญหาได้						E2
3.3.3	ท่านเคยประสบผลสำเร็จในการทำงานที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจหมากเฒ่า						E3
3.3.4	ท่านได้นำประสบการณ์ในอดีตมาเป็น บทเรียนเพื่อพัฒนาการทำงานในปัจจุบันและ อนาคต						E4
3.4	ความสามารถทางธุรกิจ						
3.4.1	ท่านมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจหมาก เฒ่าในเรื่องการผลิต การแปรรูป หรือ การตลาดอย่างน้อย 1 เรื่อง						F1

ข้อ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า	ระดับความคิดเห็น					
		5	4	3	2	1	
3.4.2	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่ในระดับใด						F2
3.4.3	ท่านมีทักษะการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่าอยู่ในระดับใด						F3
3.5 นวัตกรรม							
3.5.1	ท่านได้นำความรู้ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจหมากเฒ่าอยู่เสมอ						G1
3.5.2	ท่านมีแนวคิดใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจหมากเฒ่า						G2
3.5.3	ท่านได้นำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า						G3
3.5.4	ท่านได้นำวิธีการทำงานแบบใหม่เกี่ยวกับธุรกิจหมากเฒ่า						G4
3.5.5	ท่านมีการติดต่อสื่อสารธุรกิจหมากเฒ่าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดีย						G5
3.6 การบริหารทรัพยากรมนุษย์							
3.6.1	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านมีความรู้ความเข้าใจ						H1
3.6.2	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านมีทักษะในการทำงาน						H2
3.6.3	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสม						H3
3.6.4	คนที่ปฏิบัติงานในธุรกิจหมากเฒ่าของท่านมีขวัญและกำลังใจที่ดี						H4
4 ประสิทธิภาพทางธุรกิจ							
4.1	ในรอบปีที่ผ่านมามีกำไรหรือขาดทุนมากน้อยหรือไม่ หรือ กิจพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าตามที่ต้องการ						I1

ข้อ	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่า	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
4.2	ในรอบปีที่ผ่านมาผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่ามีคุณภาพดีตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้					
4.3	ในรอบปีที่ผ่านมาท่านมียอดขาย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า					
4.4	ในรอบปีที่ผ่านมาท่านมีกำไรสุทธิจากการทำธุรกิจหมากเฒ่า โดยจำหน่าย ผลหมากเฒ่า หรือ กิ่งพันธุ์หมากเฒ่า หรือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่า ตามที่ต้องการ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก
ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนากระบวนธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

แบบสัมภาษณ์นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอเชิงนโยบาย หรือแนวทางการพัฒนาในประเด็นการพัฒนากระบวนธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอร้องใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญโปรดให้ข้อเสนอเชิงนโยบายหรือแนวทางการพัฒนาในประเด็นต่อไปนี้ (คำอธิบายนิยามศัพท์เฉพาะ ได้แนบมากับแบบสัมภาษณ์นี้)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์จากท่าน และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวพรรณิการ์ สมบุญ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....
 สถานที่ทำงาน.....วันที่ให้สัมภาษณ์.....
 เวลาที่ให้สัมภาษณ์.....สถานที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด

สกลนคร

1. ท่านมีข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร อย่างไรบ้าง ในแต่ละข้อเสนอ ควรมีประเด็นใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายในด้านการพัฒนาด้านการผลิต มีประเด็นใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

1.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายในด้านการพัฒนาด้านการแปรรูป มีประเด็นใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

1.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายในด้านการพัฒนาด้านการตลาด มีประเด็นใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

1.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายในด้านการพัฒนาด้านการสนับสนุนส่งเสริม มีประเด็นใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

แบบสอบถาม
ยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา “ ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนา
 ระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ” เพื่อประเมินผลยืนยัน ข้อเสนอเชิงนโยบายการ
 พัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมเป็นไปได้ประการใด
 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องสมบูรณ์ จึงขอความอนุเคราะห์ให้ท่านตอบแบบสอบถามตาม
 ความเป็นจริงมากที่สุด

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบ
 สัมภาษณ์จากท่าน และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามสภาพที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1.	เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2.	อายุปี
3.	สถานภาพ () 1. โสด () 2. สมรส () 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4.	ระดับการศึกษา () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น () 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () 4. ปวส. () 5. ปริญญาตรี () 6. สูงกว่าปริญญาตรี
5.	อาชีพ () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. ข้าราชการ () 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน () 5. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () 6. รับจ้างทั่วไป () 7. แม่บ้าน () 8. เกษตรกร () 9. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**ตอนที่ 2 ความคิดเห็นในการยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่า
ในจังหวัดสกลนคร**

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความในหัวข้อตามความคิดเห็นของท่าน โดยเขียน
เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (สามารถเลือกได้เพียงข้อละ 1 คำตอบ)
โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

- 1 หมายถึง เห็นด้วย
0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
-1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ข้อ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนา ระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
1.ด้านการพัฒนาการผลิต					
1.1	ส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าสายพันธุ์ดี				
1.2	สนับสนุนให้มีการวิจัยหรือมีการเก็บข้อมูลด้านการปลูกการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า ส่วนหมากเฒ่าของเกษตรกรเพื่อแก้ปัญหาการติดผลหมากเฒ่า				
1.3	ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกหมากเฒ่ามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกและการดูแลรักษาต้นหมากเฒ่า				
1.4	กำหนดมาตรฐานผลหมากเฒ่า และกิ่งพันธุ์หมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร				
1.5	ส่งเสริมให้มีการจัดทำแปลงสาธิตหมากเฒ่าสายพันธุ์ดีเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้				
1.6	ส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์กรรมหมากเฒ่าโบราณ โดยการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนต้นคุณสมบัติของผลผลิต และพิกัดตำแหน่งของต้นหมากเฒ่า				

ข้อ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนา ระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
2.ด้านการพัฒนาการแปรรูป					
2.1	กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าของจังหวัดสกลนคร เช่น น้ำหมากเฒ่า และไวน์หมากเฒ่า				
2.2	ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่าให้มีความรู้ เช่น ไวน์เมกเกอร์ การตลาดออนไลน์ เป็นต้น				
2.3	ส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหมากเฒ่าให้มีความหลากหลายและพัฒนาไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม				
2.4	ส่งเสริมให้เกิดโรงงานกลางที่ได้มาตรฐานระดับสากลเพื่อรองรับตลาดส่งออก				
3.ด้านการพัฒนาการตลาด					
3.1	ส่งเสริมให้มีการใช้ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์ (Soft Power) ประชาสัมพันธ์คุณค่าของหมากเฒ่า โดยใช้ข้อมูลจากประสบการณ์จริง และงานวิจัยที่เกี่ยวกับหมากเฒ่า				
3.2	ส่งเสริมให้มีการใช้ตลาดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย เพจประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายสินค้า				
3.3	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหมากเฒ่าโดยเน้นจุดเด่นของหมากเฒ่าในแต่ละพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดสกลนคร				
3.4	จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงในระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค				
3.5	ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมงานเทศกาลประชาสัมพันธ์หมากเฒ่าประจำปี				

ข้อ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบ ธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	
4.ด้านการพัฒนาส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงาน					
4.1	ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดทายาทเกษตรกร หมากเฒ่าที่มีความรู้อย่างบูรณาการตลอด ห่วงโซ่การผลิตของหมากเฒ่า				
4.2	สนับสนุนให้มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหมากเฒ่า ตลอดห่วงโซ่การผลิต				
4.3	ส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าGIเพื่อ ยกระดับมูลค่าสินค้าหมากเฒ่าสกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร				
4.4	ส่งเสริมสนับสนุนการจัดทำแหล่งศึกษาดูงาน หมากเฒ่าครบวงจร ของจังหวัดสกลนคร				
4.5	ส่งเสริมสนับสนุนให้สมาคมหมากเฒ่า สกลนครมีรายได้หรือมีงบประมาณเพื่อ ผลักดันธุรกิจหมากเฒ่าให้มีความสามารถใน การแข่งขันตลอดจนช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก				
4.6	ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูป จากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร เช่น การใช้ น้ำหมากเฒ่าในจัดเบรคการประชุมหน่วยงาน และ เป็นของที่ระลึกต่างๆ				

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ภาคผนวก ง

ผลการประเมินค่าความสอดคล้องของเครื่องมือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของ
แบบสัมภาษณ์สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
1	1.1	1	1	-1	-1	1	1	1	5	0.8	ใช้ได้
1	1.2	1	1	-1	-1	1	1	1	5	0.8	ใช้ได้
1	1.3	1	1	-1	-1	1	1	1	5	0.8	ใช้ได้
1	1.4	-1	-1	-1	-1	1	1	1	3	0.8	ใช้ได้
1	2.1	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
1	2.2	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
1	2.3	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
1	2.4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	2.5	0	1	1	1	0	1	0	4	0.6	ใช้ได้
2	1.1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.1.1	1	1	1	1	0	1	1	6	0.7	ใช้ได้
2	1.1.2	1	1	1	1	-1	1	1	6	0.6	ใช้ได้
2	1.1.3	1	1	1	1	0	1	1	6	0.7	ใช้ได้
2	1.1.4	0	1	1	0	1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	1.2	1	1	1	1	0	1	1	6	0.7	ใช้ได้
2	1.2.1	1	1	1	1	1	1	1	7	0.9	ใช้ได้
2	1.2.2	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.3	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.3.1	1	1	1	1	0	1	0	5	0.7	ใช้ได้
2	1.3.2	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.3.2	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.3.2	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.3.3	1	1	1	0	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	1.3.4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.3.5	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้

ตาราง ... (ต่อ)

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
2	1.4	1	1	1	1	-1	1	1	6	0.7	ใช้ได้
2	1.4.1	1	1	1	1	-1	1	1	6	0.7	ใช้ได้
2	1.4.2	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.4.3	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	2.1	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	2.1.1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	2.1.2	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
2	2.1.3	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	2.1.4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	2.2	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
2	2.2.1	1	1	0	1	0	1	0	4	0.6	ใช้ได้
2	2.3	1	1	0	1	0	1	0	4	0.6	ใช้ได้
2	2.3.1	1	1	0	1	0	1	0	4	0.6	ใช้ได้
2	2.3.2	1	1	0	0	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	2.3.3	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	2.4	1	1	0	1	-1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	2.4.1	1	1	0	0	-1	1	1	4	0.4	ใช้ได้
2	2.4.2	1	1	0	1	-1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	2.4.3	1	1	0	1	-1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	3.1	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.2	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.3	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.4	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	4.1	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	4.2	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	4.3	1	1	0	1	-1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	4.4	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้

ตาราง ... (ต่อ)

ตอนที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปลผล
		1	2	3	4	5	6	7			
2	4.5	1	1	0	1	-1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	4.6	1	1	0	1	-1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	5	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้

แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตอนที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปลผล
		1	2	3	4	5	6	7			
1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	2	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
1	3	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	5	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	6	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
2	1.1	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.2	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.3	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.4	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.5	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.6	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.7	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	2.1	1	1	0	0	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	2.2	1	1	0	0	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	2.2	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้

ตาราง ... (ต่อ)

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
2	2.3	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.1	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.2	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.3	0	1	0	0	0	1	0	2	0.3	ใช้ได้
2	3.4	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	4.1	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	4.2	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	4.3	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	4.4	1	1	0	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	4.5	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	4.6	0	1	0	1	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
3	1	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้

แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	2	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
1	3	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	5	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	6	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
1	7	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
1	8	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้

ตาราง ... (ต่อ)

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
1	9	1	1	1	0	1	1	-1	5	0.6	ใช้ได้
1	10	1	1	1	0	1	1	-1	5	0.6	ใช้ได้
2	1.1	1	1	1	1	-1	1	1	6	0.7	ใช้ได้
2	1.2	0	1	1	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	1.3	1	1	1	0	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	1.4	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.5	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	2.1	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	2.2	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	2.3	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	2.4	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	2.5	0	0	1	1	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	2.6	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.1.1	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.1.2	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.1.3	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.1.4	1	0	1	0	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.1.5	1	0	1	0	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.1.6	1	0	1	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.1.7	0	0	1	1	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.2.1	-1	0	1	1	1	1	1	5	0.6	ใช้ได้
2	3.2.2	1	0	1	1	1	1	0	5	0.7	ใช้ได้
2	3.2.3	1	0	1	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.2.4	1	0	1	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.2.5	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.3.1	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้

ตาราง ... (ต่อ)

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
2	3.3.2	0	0	1	1	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.3.3	0	0	1	1	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.3.4	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.4.1	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.4.2	1	0	1	1	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.4.3	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.5.1	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.5.2	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.5.3	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.5.4	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.5.5	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.6.1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	3.6.2	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	3.6.3	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	3.6.4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	3.7.1	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.7.2	1	0	1	0	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	3.7.3	1	0	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	3.7.4	0	0	1	1	1	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	4.1	1	1	1	0	0	1	1	5	0.7	ใช้ได้
2	4.2	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	4.3	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	4.4	1	1	1	1	0	1	1	6	0.9	ใช้ได้
3	1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้

แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของ
แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าใน
จังหวัดสกลนคร

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	1.1	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
1	1.2	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
1	1.3	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
1	1.4	1	1	1	0	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
1	1.5	1	-1	1	0	-1	1	1	4	0.3	ใช้ได้
2	1	0	1	1	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1.1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.2	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.3	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้

แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของ
แบบสอบถาม การยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัด
สกลนคร

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	2	1	1	1	1	1	1	0	6	0.9	ใช้ได้
1	3	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
1	5	1	1	0	1	1	1	1	6	0.9	ใช้ได้
2	1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.1	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.2	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้

ตาราง ... (ต่อ)

ตอน ที่	ข้อที่	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญคนที่							ผลรวม	ค่า IOC	การแปล ผล
		1	2	3	4	5	6	7			
2	1.3	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	1.4	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้
2	2	1	1	1	1	1	1	1	7	1.0	ใช้ได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ภาคผนวก จ

ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุดที่จังหวัดนครพนม เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่า Cronbach's Alpha มาทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูลโดยค่า Cronbach's Alpha ที่วิเคราะห์ได้นั้นต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปจึงจะแสดงได้ว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในกระบวนการวิจัยต่อไปได้ผลปรากฏดังตาราง 7

แสดงค่า Item–Total Correlation และความเชื่อมั่นคอนบราทอัลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) ของแบบสอบถาม

ตัวแปร	Item–Total Correlation	ค่าความเชื่อมั่น(Cronbach Alpha Coefficient)
ด้านผลิตภัณฑ์	0.697–0.875	0.945
ด้านราคา	0.784–0.910	0.929
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.646–0.760	0.818
การส่งเสริมการตลาด	0.773–0.932	0.955

จากตารางแสดงค่า Cronbach's Alpha มีค่าอยู่ระหว่าง 0.818 – 0.945 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ

ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

แสดงค่า Item–Total Correlation และความเชื่อมั่นคอนบราทอัลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร

ตัวแปร	Item–Total Correlation	ค่าความเชื่อมั่น(Cronbach Alpha Coefficient)
นโยบายภาครัฐ	0.793–0.901	0.928
พันธมิตรทางธุรกิจ	0.677–0.859	0.895
การวางแผนกลยุทธ์	0.768–0.908	0.956
การเรียนรู้	0.713–0.876	0.918
ประสบการณ์ทางธุรกิจ	0.714–0.833	0.804
ความสามารถทางธุรกิจ	0.743–0.814	0.855
นวัตกรรม	0.760–0.907	0.928
การบริหารทรัพยากรมนุษย์	0.833–0.910	0.947
ประสิทธิผลของธุรกิจ	0.775–0.929	0.949

แสดงค่า Cronbach's Alpha มีค่าอยู่ระหว่าง 0.804 – 0.956ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของระบบธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนครนี้มีความน่าเชื่อถือการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น

การตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยของข้อมูลแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจหมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร ผลการตรวจสอบดังนี้

การวิเคราะห์	เกณฑ์	การวิเคราะห์	แปลค่า
1. Cronbach's Alpha	>.70	0.804 – 0.956	มีความน่าเชื่อถือ
2. การวิเคราะห์ Skewness	-3 ถึง +3	-2.168 – 0.403	มีการแจกแจงแบบปกติ
3. การวิเคราะห์ Kurtosis	-	-1.076 – 4.697	สูงกว่าโค้งปกติ มีการกระจายน้อย
4. การวิเคราะห์ Tolerance	0 ถึง 1.0	0.080 – 0.871	ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity
5. การวิเคราะห์ VIF	ควรต่ำกว่า 10	1.148 – 9.583	ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity
6. การวิเคราะห์ Durbin-Watson	1.5 – 2.5 มีความเป็นอิสระต่อกัน 2.6-4.0 มีความสัมพันธ์ทางลบ 0-1.4 มีความสัมพันธ์ทางบวก	1.287	มีความเป็นอิสระต่อกัน

การตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัย จากการทดสอบทั้ง 6 วิธี แสดงถึงข้อมูลมีความเหมาะสม มีความน่าเชื่อถือ มีการแจกแจงแบบปกติ กระจัดตัวกันน้อย ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ที่จะเป็นปัญหาว่าตัวแปรจะมีความสัมพันธ์กันเองสูง ตัวแปรแต่ละตัวสามารถจัดกลุ่มเข้ากันได้ทั้งหมด และตัวแปรทุกตัวแปรมีอิสระต่อกัน

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวกรรณิการ์ สมบุญ
วัน เดือน ปีเกิด	22 ตุลาคม 2512
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	205/2 หมู่ที่ 10 ตำบลแร่ อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร 47160
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ทำงาน	คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2531	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2536	ปริญญาการศึกษาบัณฑิต (กศ.บ.) สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางเขน
พ.ศ. 2547	ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วท.ม) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พ.ศ. 2566	ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด) สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2538	คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ถึงปัจจุบัน	วิทยาเขตสกลนคร ตำบลแร่ อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร