

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545 – 2549) ได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายที่เน้นการแก้ปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคน โดยยึดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญคือการเสริมสร้างฐานรากของสังคมไทยให้เข้มแข็งรวมทั้งการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้อยู่ดีมีสุขโดยการส่งเสริมให้ฐานเศรษฐกิจของประเทศแข็งแกร่ง ปรับฐานเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับฐานรากถึงระดับมหภาคอยู่บนพื้นฐานการพึ่งตนเองการปรับใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544)

การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลไม้พื้นบ้านในจังหวัดสกลนคร เป็นธุรกิจที่ดำเนินการโดยคนในท้องถิ่นที่ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 โดยมีการจำหน่ายและบริโภคในชุมชน และต่อมารัฐบาลได้มีนโยบายโครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ทำให้มีการนำเอาทรัพยากรตามธรรมชาติ ภูมิปัญญา มาพัฒนาสร้างมูลค่าโดยการผลิตเป็นสินค้าจำหน่าย จังหวัดสกลนคร เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นพันธุ์พืชต่าง ๆ เนื่องจากทำเลที่ตั้งใกล้บริเวณเทือกเขาภูพานจึงมีพืชพื้นบ้านหลายตัวที่น่าสนใจ เช่น มะไฟ มะปราง ตะคร้อ คอแลน เม่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเม่า หรือมะเม่า หรือหมากเม่า เนื่องจากเม่าเป็นไม้ผลพื้นบ้านชนิดหนึ่งที่น่าสนใจ จากโครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไม้ผลท้องถิ่นนำผลไม้จากผลเม่าของงานอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนครที่ทดลองศึกษาวิจัยโดยผลิตและจำหน่ายได้ประมาณ 10,000 ขวด (สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร, 2543) และได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้บริโภคในจังหวัดสกลนครและนอกจังหวัดด้วยรสชาติและสีต้นของตัวเม่าเอง ซึ่งคุณค่าทางอาหารนั้น ผลเม่าสุกมีสารอาหารที่มีความจำเป็นต่อร่างกายมนุษย์มากชนิด เช่น แคลเซียม(Ca) เหล็ก(Fe) วิตามิน เช่น B1 B2, และ E และที่สำคัญพบว่า มีกรดอะมิโนมากถึง 18 ชนิด (กองวิทยาศาสตร์ชีวภาพ, 2539 อ้างโดย อารัมและวินัย, 2543) นอกจากการบริโภคผลเม่าสดแล้ว ผลเม่ายังสามารถนำมาแปรรูปได้หลายชนิด ได้มีการทดลองแปรรูปพบว่าเม่าหลวงสุกมีความเหมาะสมใน

การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น น้ำผลไม้ ไวน์ และแยม ซึ่งน้ำผลไม้และไวน์ที่ได้มีสีแดงเข้ม เป็นสีที่คงทนต่อการผ่านกระบวนการแปรรูป เช่น การต้ม นึ่งภายใต้ความดันและความร้อนที่สูง มีกลิ่นและรสชาติเฉพาะ มีคุณค่าทางโภชนาการ (งานวิทยาศาสตร์การอาหาร, 2537 อ้างโดย อร่าม และวินัย, 2540) ซึ่งจากคุณสมบัติดังกล่าวทำให้เม่าได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายในด้านคุณประโยชน์ทำให้มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่น อีกทั้งเม่าในจังหวัดสกลนครเป็นวัตถุดิบที่มีตามธรรมชาติและได้มีการปลูกเพิ่มเติม จากการสำรวจต้นเม่าในจังหวัดสกลนครมีจำนวนประมาณ 39,793 ต้น (สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร, 2545) และยังมีต้นเม่าที่กระจายอยู่รอบ ๆ จังหวัดสกลนครจากข้อมูลการสำรวจผลผลิตจากสภาพธรรมชาติปี 2542 พบว่าผลผลิตจากเม่าตามธรรมชาติในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประมาณ 40-50 ตัน (อร่ามและวินัย, 2543) เม่าจึงมีความพร้อมที่จะพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไวน์ผลไม้ และน้ำผลไม้

ตารางที่ 1.1 ปริมาณการผลิตไวน์ในประเทศไทย ปี 2532- 2541

ปี	ปริมาณการผลิต(พันลิตร)
2532	2,020.96
2533	1,964.00
2534	2,986.18
2535	1,664.10
2536	2,649.00
2537	3,632.42
2538	5,201.37
2539	8,438.33
2540	11,171.40
2541	11,659.40

ที่มา : กรมสรรพสามิต, 2542

จากข้อมูล ตารางที่ 1.1 ปริมาณการผลิตไวน์ในประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยปี พ.ศ. 2532 มีปริมาณการผลิต 2,020.96 ลิตร เพิ่มขึ้นเป็น 11,659.40 พันลิตรในปี พ.ศ.2541 ซึ่งการผลิตนี้ สามารถทดแทนการนำเข้าไวน์ได้บางส่วนโดยจะเห็นได้จากการนำเข้าที่ลดลงจาก 410 ล้านบาทใน

ปี พ.ศ. 2543 ซึ่งการผลิตนี้สามารถทดแทนการนำเข้าไวน์ได้บางส่วน โดยจะเห็นได้จากการนำเข้าที่ลดลงจาก 410.65 ล้านบาท เป็น 270.45 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545 หรือลดลงเฉลี่ย 17.65 % ต่อปี และจากตารางที่ 1.2 พบว่าประเทศไทยมีการนำเข้าไวน์จากประเทศฝรั่งเศสมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ออสเตรเลีย และอิตาลี และจากตารางที่ 1.3 จะเห็นได้จากปริมาณการนำเข้าไวน์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541-2543 มีปริมาณการนำเข้าไวน์ที่เพิ่มขึ้น เมื่อถึงปี พ.ศ. 2544-2545 ปริมาณการนำเข้าไวน์ลดลง เนื่องจากที่รัฐได้ประกาศนโยบายที่ชัดเจนอนุญาตให้ผลิตสุราแช่ได้เสรีให้มีการผลิตและจำหน่ายสุราหรือสุราพื้นเมืองที่เป็นผลผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยภาครัฐได้จัดงานเทศกาลสุราแช่ไทย ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อเดือนกันยายน 2545 เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนสุราแช่ให้มีคุณภาพและเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง ซึ่งเป็นช่วงแรกที่ทำให้ผู้บริโภคภายในประเทศได้บริโภคผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ ที่เป็นผลผลิตในประเทศไทย

ตาราง 1.2 สถิติการนำเข้าไวน์ของไทย (หน่วย : ล้านบาท)

ประเทศ	ปี 2543	ปี 2544	ปี 2545 (ม.ค.- ก.ย.)
ฝรั่งเศส	153.60	140.39	113.23
ออสเตรเลีย	54.52	54.65	45.01
อิตาลี	41.59	45.42	32.09
ญี่ปุ่น	26.25	29.07	17.90
ชิลี	30.75	30.89	15.51
สหรัฐอเมริกา	32.06	31.07	9.24
จีน	14.36	13.88	9.03
เวียดนาม	4.00	8.72	6.71
สเปน	11.08	9.58	4.88
เยอรมัน	10.33	7.10	4.33
อื่น ๆ	32.16	24.74	12.52
รวม	410.65	395.52	270.45

ที่มา : ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร อ่างไนนฤมต คงทน และสุทธิย์ เกตุคง

ตารางที่ 1.3 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าไวน์ของไทย ปี 2541-2545

ชนิดของไวน์ (จำแนกตามพิกัด)	ปริมาณ : ตัน มูลค่า : ล้านบาท									
	2541		2542		2543		2544		2545 (มค.-กย.)	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
- ไวน์ รวมทั้งเกรปมีสดีที่ ป้องกันหรือหยุดยั้ง เฟอร์เมนชัน โดยการเติม แอลกอฮอล์ (ในขนาด 2 ลิตรหรือน้อยกว่า)	2,080	148.98	5,530	306.11	6,086	309.29	5,364	276.97	3,585	192.75
- สาเก	286	24.09	353	27.9	365	23.23	547	37.24	435	25.36
- เครื่องดื่มอื่นๆ ที่ได้ จากการหมัก	117	8.65	199	10.10	335	19.89	471	26.14	293	14.24
- สปาร์กกิ้งไวน์	47	13.52	40	19.89	36	18.64	28	21.34	22	7.04
- ไวน์ (ในภาชนะบรรจุ อื่นๆ)	204	11.18	261	16.92	456	23.35	408	16.31	265	25.86
- เวย์รุ่มและไวน์อื่นๆ ที่ทำจากองุ่นสดปรุงกลั่น ด้วยพืชหรือสารหอมอื่น	10	1.07	61	4.94	6	0.76	14	6.58	1.0	0.05
- สปาร์กกิ้งไวน์อื่นๆ	79	10.58	106	6.16	95	4.67	103	5.88	67	3.48
- เวย์รุ่ม และไวน์อื่นๆ ที่ทำจากองุ่นสดปรุงกลั่น รสด้วยพืชหรือสารหอม (บรรจุในภาชนะขนาด 2 ลิตรหรือน้อยกว่า)	49	4.36	22	1.91	38	3.82	50	5.01	16	1.6
- เกรปมีสดีอื่นๆ	-	-	-	-	-	-	-	0.14	0.04	-
รวม	2,871	222.43	6,574	394.01	7,418	410.63	6,986	395.52	4,684	270.45

ที่มา : ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร อ่างโนนฤมล ดงทน และสุทรีย์ เกตุคง

ตาราง 1.4 ปริมาณผลิตน้ำผลไม้ปี พ.ศ. 2533-2541 (หน่วย : ล้านลิตร)

ปี	ปริมาณการผลิต
2533	186.24
2534	104.32
2535	119.64
2536	59.16
2537	104.12
2538	201.53
2539	122.44
2540	206.20
2541	154.10

ที่มา : กรมสรรพสามิต, 2542

จากตารางที่ 1.4 ปริมาณการผลิตน้ำผลไม้ในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะทำการผลิตน้ำผลไม้ควบคู่กับน้ำผลไม้กระป๋องโดยมีน้ำสับปะรดเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ส่วนน้ำผลไม้อื่น ๆ นั้นเริ่มมีการผลิตอย่างต่อเนื่องมากขึ้น ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการภายในประเทศไทยในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแปรรูปจากผลไม้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 87 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 42 ราย ผู้ประกอบการขนาดเล็ก 45 รายและผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 59 ราย ส่วนผู้นำเข้าในเครื่องดื่มแปรรูปจากผลไม้มีจำนวนทั้งสิ้น 61 ราย และผู้ส่งออกในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแปรรูปจากผลไม้มีจำนวน 94 ราย (<http://www.dip.go.th/Research/ReviewInvestment1.asp?WebsiteID=19&InvestmentID=64>)

ไวน์ผลไม้ และน้ำผลไม้ เป็นอุตสาหกรรมเกษตร ที่ก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปยังธุรกิจอื่น ๆ ทั้งภาคการเกษตรได้แก่การปลูกไม้ผลต่าง ๆ และภาคอุตสาหกรรม เช่นอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และมีส่วนสนับสนุนให้มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ การจ้างแรงงานอีกด้วย โดยปัจจุบันไวน์ผลไม้ในประเทศไทยมีแนวโน้มการผลิตเพิ่มสูงขึ้นจากนโยบายของภาครัฐในการเปิดเสรีประกอบกับตลาดไวน์ที่เติบโตขึ้น และข้อมูลที่น่าเชื่อถืออีกประการหนึ่ง คือมูลค่าการนำเข้าไวน์เวอร์มูทและเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์จากการหมักจากต่างประเทศนับตั้งแต่หลังจากมีการอนุญาตให้ผลิตสุราแช่ได้เสรี คือเดือนธันวาคม 2544 – กันยายน 2545 มูลค่านำเข้ามีแนวโน้มลดลง

13.49 % เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามูลค่านำเข้าลดลงถึง 284.52 ล้านบาท (รพีพร, 2546) ส่วนการผลิตน้ำผลไม้ในอดีตที่ผ่านมาผลไม้ถือเป็นเพียงผลพลอยได้แต่ในปัจจุบันมีการผลิตน้ำผลไม้โดยตรงมากขึ้น ทั้งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และขนาดย่อม เนื่องจากความต้องการของตลาดเพิ่มสูงขึ้น และเป็นที่คาดว่า การผลิตน้ำผลไม้เพื่อการบริโภคในประเทศจะยังคงเติบโตไปเรื่อย ๆ ในอนาคต ตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีความสนใจและเอาใจใส่ด้านสุขภาพ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจไวน์ผลไม้และน้ำผลไม้ จึงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลไม้พื้นบ้าน และด้วยคุณสมบัติที่เหมาะสมในการทำผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยเฉพาะการทำไวน์ผลไม้มีข้อพิจารณาว่าผลไม้ทุกชนิดสามารถหมักทำไวน์ได้แต่มีเพียงบางชนิดเท่านั้นที่เมื่อหมักเป็นไวน์แล้วคุณภาพดี (ประดิษฐ์, 2546) ซึ่งเห็นได้จากไวน์เม้าของหน่วยงานสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร ได้รับเหรียญทองแดงในการประกวดรางวัลสิ่งประดิษฐ์คิดค้นโลก “BRUSSELS EUREKA 2001” (วินัย, สัมภาษณ์) จึงเป็นสิ่งที่ยืนยันได้อีกทางหนึ่งว่าผลไม้มีคุณสมบัติเหมาะสมแก่การทำไวน์ผลไม้ และจากนโยบายการสนับสนุนของภาครัฐในด้านต่าง ๆ จึงทำให้เกิดการขยายตัวการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไวน์ผลไม้และน้ำผลไม้จากผลไม้เป็นหลายกลุ่มที่ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐ ชาวบ้าน และเอกชนที่มีการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันตามเป้าหมายขององค์กร

การดำเนินธุรกิจแปรรูปไวน์ผลไม้และน้ำผลไม้จากผลไม้ในจังหวัดสกลนครมีผู้ประกอบการหลายกลุ่มหลายรูปแบบ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ผลิตไวน์เม้ามีจำนวนประมาณกว่า 20 ราย (สรรพสามิตจังหวัดสกลนคร, 2546) และมีแนวโน้มที่จะดำเนินการเพิ่มขึ้น เนื่องจากการผลิตไวน์ผลไม้และน้ำผลไม้มีกรรมวิธีการผลิตที่มิได้ซับซ้อนมากนัก ผลิตภัณฑ์เริ่มเป็นที่นิยมของผู้บริโภคและมีวัตถุดิบผลไม้เป็นจำนวนมาก หากผู้ประกอบการมีการจัดการวางแผนธุรกิจที่ไม่เหมาะสมในด้านการผลิต การตลาด การเงิน หรือการจัดองค์กร อาจประสบปัญหาได้ เช่น ด้านการผลิต คุณภาพมาตรฐาน ความสม่ำเสมอของวัตถุดิบที่จะแปรรูป และด้านการจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินการเหมือนบางกลุ่มผู้ประกอบการที่พบในขณะนี้ จนบางรายต้องหยุดผลิต หรือผลิตมาแล้วขายไม่ได้และต่อไปก็อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบธุรกิจเม้าในอนาคตได้ตัวอย่างของปัญหา เช่น ผลเม้าที่ปลูกเพิ่มเติมจำนวนมากไม่มีโรงงานรองรับ หรือสูญเสียเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติโดยมีการใช้สารเคมีจำนวนมากกับผลไม้ ทำให้ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีจุดขาย (selling point) เป็นที่ต้องการของตลาดได้ ดังนั้นเพื่อที่จะให้ธุรกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไวน์ผลไม้และน้ำผลไม้จากผลไม้ในจังหวัดสกลนครสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในท้องถิ่นเพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนตามนโยบายที่รัฐบาลพยายามสนับสนุน จึงจำเป็นต้องศึกษาการจัดการธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดการธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการต่าง ๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลเหมายของผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดของวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อทราบการจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลเหมาย ในด้านการผลิต การตลาด การเงิน การจัดองค์กร ในรูปแบบต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลเหมาย
3. เพื่อทราบกลยุทธ์การตลาดของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลเหมาย
4. เพื่อทราบปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลเหมาย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อการศึกษานี้สำเร็จ ผลที่ได้ จากการศึกษาด้านการจัดการธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลเหมาย คือนักธุรกิจ และกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลเหมายสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจที่กลุ่มผู้ผลิตต้องการ และเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมป่าไม้ กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมสรรพสามิตในการกำหนดนโยบาย มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน นอกจากนี้ยังใช้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการจะส่งผลกระทบต่อการขายตัวของอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลเหมาย

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษา ผู้ผลิตที่แปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลเหมายเป็นไวน์ผลไม้หรือน้ำผลไม้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยศึกษาที่จังหวัดสกลนคร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีปริมาณผลเหมายจำนวนมาก และมีการผลิตและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ผลิตที่ศึกษาดังนี้

1. หน่วยงานของภาครัฐ ได้แก่ สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มีการผลิตไวน์เหมายและน้ำเหมาย จำนวน 1 หน่วยงาน
2. กลุ่มชุมชน ได้แก่ เครือข่ายอินแปง ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบ้านบัว

สหกรณ์การเกษตรโนนหัวช้าง กลุ่มบ้านโนนคอกวัว กลุ่มตำบลทรายมูล มีการผลิตไวน์เมาะและ
น้ำเมาะ

3. ผู้ประกอบการเอกชน ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีชัยฟรุทไวน์ มีการผลิตไวน์เมาะ
จำนวน 1 ราย

โดยใช้ข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายของผู้ผลิตในปี 2545 และข้อมูลทัศนคติของผู้
บริโภคที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์จำนวน 113 ราย

1.5 นิยามศัพท์

มะเมาะ หมากเมาะ หรือเมาะ หมายถึงไม้ผลยืนต้นไม่ผลัดใบ (evergreen tree) เจริญเติบโต
เป็นลำต้นเดี่ยวสูง 6-12 เมตร สามารถพบเห็นแบบแตกออกเป็นหลายลำต้นได้ แตกกิ่ง ก้านจำนวนมาก
มีลักษณะการออกดอกแบบแยกเพศต่างกัน การออกดอกเป็นช่อ ผิวใบด้านบนมีลักษณะมัน
วาวกว่าด้านใต้ใบ การออกดอกจะเกิดในช่วงเดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม และผลจะสุกในเดือน
สิงหาคม – ตุลาคม ผลสุกมีความหวานอยู่ในระดับ 13-25 °brix ผลมีลักษณะค่อนข้างกลม ผลจัด
เป็นประเภทร้าน้ำขนาดเล็ก เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 0.8 – 1.0 เซนติเมตร

น้ำผลไม้ หมายถึงน้ำผลไม้ที่อยู่ในลักษณะพร้อมดื่ม ที่จะบริโภคโดยตรง ทำจากผลไม้
สดสะอาด และสุก โดยกรรมวิธีเชิงกล น้ำผลไม้อาจทำจากน้ำผลไม้ที่ทำให้เข้มข้น แล้วนำมาเจือ
จางภายหลังด้วยวัตถุประสงค์จะรักษาคุณภาพ และองค์ประกอบที่สำคัญไว้ น้ำผลไม้ที่อยู่ใน
ภาชนะบรรจุต้องผ่านกรรมวิธีการถนอมอาหาร คุณลักษณะของน้ำผลไม้ต้องมีสี กลิ่น รส ตาม
ปกติธรรมชาติของน้ำผลไม้ นั้น

ไวน์ผลไม้ หรือ สุราแช่ชนิดสุราผลไม้ หมายถึง สุราที่ไม่ได้กลั่นเป็นสุราแช่ที่ทำมาจาก
ผลไม้ชนิดต่าง ๆ เช่น ลิ้นจี่ ลำไย มังคุด ส้ม ฝรั่ง ฯลฯ มีปริมาณแอลกอฮอล์ไม่เกิน 15 ดีกรี

การจัดการธุรกิจ หมายถึง การระบวนการของธุรกิจ ที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร
ที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการทำงานผ่านผู้ปฏิบัติงาน และทรัพยากรอื่น ๆ จาก
องค์กร

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง ขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาดการเลือก
ตลาดเป้าหมาย และออกแบบส่วนประสมทางการการตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจของตลาด และ
บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

เครือข่ายอินแปง เป็นเครือข่ายของค้กรชาวบ้านมีจุดเริ่มต้นที่บ้านบัว ต.กุดบาก อ.กุดบาก

จ.สกลนคร เป็นเครือข่ายการเรียนรู้เป็นอันดับแรก เรียนรู้เพื่อการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ค้นหาของดี ที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น และเริ่มพัฒนาตนเองจากจุดนั้น ปัจจุบันมีสมาชิกกระจายอยู่กว่า 80 หมู่บ้าน 7 อำเภอ ได้แก่อำเภอกุศุดาบก ภูพาน นิคมน้ำออน พรรณนานิคม และวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี และ อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์

สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร เป็นหน่วยงานภาครัฐมีฐานะเทียบเท่า คณะในสังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล กระทรวงศึกษาธิการ

กลุ่มเกษตรกร หมายถึง องค์กรรูปแบบหนึ่ง ที่จัดตั้งและดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลเพื่อ วัตถุประสงค์ในการที่จะขจัดการความเดือดร้อนและช่วยเหลือกันในหมู่สมาชิกมีการจดทะเบียน กับนายทะเบียนสหกรณ์ เป็นกลุ่มเกษตรกร

สหกรณ์ หมายถึง องค์กรรูปแบบหนึ่ง ที่จัดตั้งและดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ ในการที่จะขจัดการความเดือดร้อนและช่วยเหลือกันในหมู่สมาชิกมีการจดทะเบียนกับนายทะเบียนสหกรณ์ เป็นสหกรณ์

หุ้นส่วน หมายถึง รูปแบบกิจการที่มีเจ้าของตั้งแต่สองคนขึ้นไปโดยไม่จำกัด จำนวนผู้เป็นหุ้นส่วนและมีผลประโยชน์ส่วนหนึ่งในธุรกิจร่วมกัน หุ้นส่วนอาจไม่เท่ากัน หรือเท่า กันก็ได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved