

Development of herbal processing products from citronella on the base local wisdom for the community enterprise of the Lemongrass Spread Group Tha Kub Sub - district Sap Yai District Chaiyaphum Province

Apirak Chansuck ^{1*} and Rawat Mantra ²

¹ Chaiyaphum Rajabhat University.

² Loei Rajabhat University.

* Corresponding author. E-mail: Piya11032515@gmail.com

ABSTRACT

This study employed a mixed-methods research design combining qualitative and quantitative approaches. The objectives were to: 1) examine the problems and obstacles faced by the Citronella Spray Community Enterprise in Tha Kube Sub-district, Sap Yai District, Chaiyaphum Province; 2) develop processed herbal products from citronella based on local wisdom; and 3) promote marketing and distribution channels for the processed citronella products. The research instruments included in-depth interview forms and questionnaires. The key informants and sample group consisted of: 1) 5 local herbal plant farmers; 2) 10 community enterprise members engaged in herbal processing; and 3) 400 community consumers, derived using Taro Yamane's sample size formula and selected through accidental and convenience sampling techniques. Data were analyzed using frequency, percentage, mean ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.).

The results revealed that:

1. The primary problems and obstacles of the community enterprise were a lack of in-depth knowledge regarding new product form development, a lack of diverse distribution channels, and insufficient public relations and marketing visibility.
2. The developed processed citronella products (such as citronella-infused sesame oil and citronella spray) achieved a high level of overall consumer satisfaction ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.61). This reflects strong consumer acceptance in terms of product quality, appearance, packaging, and safety standards, proving suitable for commercial production and market expansion.
3. The promotion of marketing and distribution channels through practical training workshops yielded the highest level of satisfaction among the community enterprise members ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.19\$). This indicates that the training effectively enhanced knowledge and skills in both online and offline marketing, enabling the community enterprise to sustainably increase revenue, empower local capacity, and strengthen the grassroots economy.

Keywords: Product development, herbal processing, citronella, local wisdom.

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปร์ยตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ

อภิรักษ์ ขาญศึก^{1*} และ วัฒน์ มั่นตรา²

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

² มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

* Corresponding author. E-mail: Piya11032515@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรค ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกตะไคร้หอม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปร์ยตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 3) ส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมาย คือ 1) ผู้ปลูกสมุนไพร ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพรที่ใช้ในชุมชน จำนวน 5 คน 2) ผู้แปรรูปสมุนไพรเพื่อจำหน่าย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปร์ยตะไคร้หอม จำนวน 10 คน และผู้บริโภคในชุมชน จำนวน 400 คนที่มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาร์โร ยามาเน่ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและตามสะดวก (Accidental and Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า:

1. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ขาดความรู้เชิงลึกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย และขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก
2. ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรตะไคร้หอมที่พัฒนาขึ้น (เช่น น้ำมันงาและสเปร์ยตะไคร้หอม) ได้รับความพึงพอใจจากผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.61) แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับด้านคุณภาพ รูปลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ มีมาตรฐานความปลอดภัย เหมาะสมที่จะนำไปผลิตและต่อยอดสู่การจำหน่ายเชิงพาณิชย์จริง
3. การส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ พบว่าสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.19) ซึ่งให้เห็นว่ากิจกรรมอบรมสามารถยกระดับองค์ความรู้และทักษะการทำตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างรายได้ เสริมสร้างความเข้มแข็ง และพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การแปรรูปสมุนไพร, ตะไคร้หอม, ภูมิปัญญาท้องถิ่น

บทนำ

การกำหนดทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้อาศัยหลักการและแนวคิดที่ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว โดยให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการรักษาความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต การให้บริการและการบริโภคเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาในระยะต่อไปจึงอยู่ที่การเพิ่มศักยภาพของภาคการผลิต รวมถึงเร่งยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการหลักของไทยให้สอดคล้องกับความต้องการ

ต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่มูลค่าโลกโดยมุ่งเป้าในการเร่งพัฒนาภาคการผลิตและบริการเป้าหมายรายสาขาที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ การยกระดับภาคเกษตรสู่การผลิตสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง ที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิต ลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ และเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตสู่อุตสาหกรรมอาหารมูลค่าสูง รวมถึงแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570 กำหนดการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และสร้างมาตรฐานเพื่อจัดแบ่งประเภทของสินค้าตามคุณภาพ จะช่วยสร้างความแตกต่างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร

จากแผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (พ.ศ.2566-2570) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ทำการเกษตรมากที่สุดแต่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยพื้นที่ถือครองทำการเกษตรต่อครัวเรือนมากกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ค่อนข้างราบ เหมาะสำหรับปลูกข้าวและพืชไร่ที่มีความเหมาะสมกับเกษตรแบบประณีตหรือเกษตรอินทรีย์ รวมถึงแผนพัฒนาจังหวัดชัยภูมิ (พ.ศ. 2566-2570) จังหวัดชัยภูมิเมืองเกษตรกรรม ที่มีความสำคัญในแง่การปลูกพืชสมุนไพร เป็นแหล่งรวบรวมสมุนไพรพันธุ์ดีและพันธุ์พื้นบ้าน เกษตรกรใช้ภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมา ปลูกพืชสมุนไพรกันมายาวนาน ขณะนี้เมืองชัยภูมิกำลังเดินหน้าขับเคลื่อนสู่การเป็นเมืองแห่งสมุนไพร เพื่อยกระดับพืชสมุนไพรที่มีคุณภาพ สร้างรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวชัยภูมิ เกษตรกรชัยภูมิมีทักษะการปลูกพืชสมุนไพร แต่ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน GAP เป้าหมายของเครือข่ายมุ่งสู่เกษตรอินทรีย์ ปัจจุบันอยู่ระหว่างเปลี่ยนผ่านสู่เกษตรอินทรีย์ ซึ่งการพัฒนาระบบการผลิตภาคการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ผลิต และผู้บริโภค จะยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นมีความยั่งยืนในภาคเกษตรชัยภูมิ เน้นพัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้สามารถผลิตพืชสมุนไพรที่มีคุณภาพและส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพร นอกจากนี้ มีแผนการส่งเสริมสินค้าแปรรูปที่มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และผลักดันให้การเดินหน้าสู่เมืองสมุนไพรเป็นนโยบายหลักของจังหวัดชัยภูมิ ส่วนแนวทางการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์พืชสมุนไพรตั้งเป้าหมายภายในปี

การพัฒนาเมืองสมุนไพรของจังหวัดชัยภูมิมีการส่งเสริมและทำงานในพื้นที่ของเครือข่ายสมุนไพรชัยภูมิเกิดการรวมตัวกันดำเนินงานจากหลากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันวิชาการ และประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมและขยับสู่เมืองสมุนไพรโดยมีแผนที่จะพัฒนาใน 7 อำเภอ เน้นให้เป็นแปลงขยายพันธุ์สมุนไพรและสาธิตการเรียนรู้ให้กับสมาชิกกลุ่ม โดยมีแนวคิดสำคัญ “สมุนไพรพื้นบ้าน อาหารเป็นยา” ผสานกับชุมชนรู้จักสมุนไพรใกล้ตัว เพราะพืชสมุนไพรเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของอาหารหลักของชาวอีสาน (ปิติมา ล่ำสมบัติ, 2566)

วิสาหกิจชุมชนเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมใช้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้สามารถพึ่งพาตนเองระยะยาวได้อย่างมั่นคง พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ได้อธิบายความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and micro community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นรูปนิติบุคคล ในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด (กลุ่มงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2549) ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยมีภูมิปัญญาขององค์กร ชุมชน หรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย เป็นการยึดโยง ร้อยรัดความเป็นครอบครัว และชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์ แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน (การตีธรา นามวงศ์, 2559)

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนมีเจตนารมณ์เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกันการพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน มีผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับสูงขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมกลุ่มชาติฉบับที่ 10 ที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย ภายใต้แนวทางปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียง เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งของชุมชน และสังคมให้เป็นรากฐานการพัฒนาที่สำคัญของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพและความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชนรวมทั้งพัฒนาระบบการแปรรูปสินค้าเกษตร วิสาหกิจชุมชน ควบคู่ไปกับการสร้างผู้ประกอบการใหม่ ด้วยการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การตลาด องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มี แอลกอฮอล์เฉพาะถิ่น พัฒนามาตรฐานสินค้า การสร้างตราสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของกลุ่มต่างๆ ให้สอดคล้องกับความหลากหลายของชุมชน เพื่อลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (สำนักงาน เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548)

จากการศึกษาของสุมาลิน ขุนทอง และคณะ (2563) พบว่า ปัญหาของกลุ่ม มีดังนี้ พื้นฐานของกลุ่มที่มีอาชีพ เหมือนกัน การบริหารจัดการกลุ่มยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร กฎ กติกา ทางกลุ่มยังไม่มี การดำเนินการที่เป็นลายลักษณ์อักษร ที่ชัดเจน กองทุนทางกลุ่มไม่มีการลงหุ้น กิจกรรม สมาชิกยังขาดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปสมุนไพร วิธีการเสริมสร้างความ เข้มแข็งและพัฒนา มีดังนี้ ควรมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีเป้าหมายเดียวกัน ควรมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกรรมการด้วยการ พัฒนาศักยภาพ กฎ กติกา ควรเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน กองทุนควรมีการลงหุ้น กิจกรรมควรส่งเสริมกิจกรรม หลากหลาย ผลการพัฒนาการเสริมสร้างความเข้มแข็ง ด้านการบริหารงาน พบว่ากองทุน สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมกว่าร้อยละ 70 ด้านการบริหารคน พบว่ากรรมการได้มาจากการเลือกตั้งของสมาชิก ด้านการบริหารผลประโยชน์ พบว่าเน้นทำกินทำใช้ ในครัวเรือน ผลประโยชน์ต่อชุมชน มีการสงเคราะห์ต่อผู้ยากไร้ นอกจากนี้จากผลการศึกษาของสุตาภัทร คงเกิด และคณะ (2563 : 2) พบว่า ทราบถึงสถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชน รับรู้ความต้องการของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจกรรมการส่งเสริม การตลาด สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปโดยการสร้างความแตกต่างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ความต้องการของผู้บริโภค ได้ และทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จากการเปลี่ยนชื่อ แบรินด์ การออกแบบโลโก้ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการ สื่อสารทางการตลาดได้ ผลการทดสอบผลิตภัณฑ์โดยใช้หลักการ 4Ps ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ทำการ พัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน มียอดขายเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิมหลังการทำการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูป อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ ได้มีการรวมตัวกันของคนในชุมชน เพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพ เพื่อให้เกิดรายได้แก่สมาชิกอันเป็นที่มาของความมั่นคงทางสถานะ การเงินของสมาชิก และส่งผลให้ หมู่บ้านมีความเข้มแข็ง ซึ่งจะสามารถพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้ภายใต้กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนดังกล่าว จำนวนไม่น้อยเช่นกันโดยในการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มฯ ได้มีการนำทุนชุมชนที่มีอยู่มาสร้างเสริม รายได้เพิ่ม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของคนในชุมชนตามแนวคิดวิสาหกิจชุมชนจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเบื้องต้นพบว่า มี การรวมกลุ่มปลูกพืชสมุนไพรประเภทตะไคร้หอมเป็นพืชสมุนไพร นำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตะไคร้หอมอย่างง่าย แต่ทางกลุ่มยัง ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาสินค้าที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดปัจจุบัน งานวิจัยนอกจากจะช่วยให้ กลุ่มเป้าหมายมีองค์ความรู้และเป็นที่ยอมรับในทักษะดังกล่าวแล้ว ยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและช่วยเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะเป็นการสร้างฐานมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ประโยชน์ทาง วิชาการ เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประโยชน์เชิงชุมชนและสังคม ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสมุนไพร จากตะไคร้หอม ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ของกลุ่ม มีรายได้เสริมจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นของกลุ่ม และ ประโยชน์เชิงนโยบาย องค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูป มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมหรือส่งเสริมสนับสนุนการแปรรูป ผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นที่มีความเหมาะสมต่อตลาดต่อไป

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยเห็นความสำคัญในการศึกษาและผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปจากตะไคร้หอม ผลิตภัณฑ์สมุนไพร นั้นมีการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อให้แข่งขันกับผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในตลาดสินค้าทั่วไปได้ ซึ่งการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สมุนไพรแปรรูปจากตะไคร้หอมในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตะไคร้หอมน้ำมันงา ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปให้มีความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มอาชีพอีกทางหนึ่ง และ

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางจัดจำหน่าย ที่จะช่วยขับเคลื่อนสังคมและประเทศชาติให้หลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลางและความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของประชาชนในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรค ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกตะไคร้หอมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. เพื่อส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับพืชสมุนไพรที่ใช้ในธุรกิจชุมชน ทั้งผู้ปลูกสมุนไพร ผู้แปรรูป ผู้จัดจำหน่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ และผู้บริโภค ในเขตจังหวัดชัยภูมิในวิธีการ ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรค ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกตะไคร้หอมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ โดยจะเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจ พัฒนาชุมชนอำเภอชัยใหญ่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูบ ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม ผู้ใหญ่บ้านและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูบ จำนวน 20 คน ประชากรจำแนกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) ผู้ปลูกสมุนไพร ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพรที่ใช้ในชุมชน จำนวน 5 คน
- 2) ผู้แปรรูปสมุนไพรเพื่อจำหน่าย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม จำนวน 10 คน
- 3) ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปสมุนไพรเพื่อจำหน่าย ในเขตพื้นที่วิจัย ได้แก่ พัฒนาชุมชนอำเภอชัยใหญ่ จำนวน 1 คน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูบ จำนวน 1 คน ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม จำนวน 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 คน และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูบ จำนวน 1 คน

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตะไคร้หอม “สมุนไพรตะไคร้หอมน้ำมันงา” ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 60 คน การทดสอบและการยอมรับดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคในชุมชน จำนวน 400 คน โดยให้ผู้บริโภคทดสอบผลิตภัณฑ์แล้วตอบคำถามในแบบสอบถาม เพื่อศึกษาแนวโน้มการตลาด การกำหนดราคา และต้นทุนการผลิต

ระยะที่ 3 การวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม โดยการจัดอบรมการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม ทางออฟไลน์และออนไลน์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 60 คน โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในการจัดอบรมแล้วนำมาประเมินผล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาค้นคว้า คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างจากแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอบึงใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ข้อมูลเบื้องต้น ศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรค ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกตะไคร้หอมวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้านตำบลท่ากูบ อำเภอบึงใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดย ผู้วิจัยเริ่มสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ 1) ผู้ปลูกสมุนไพร ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพรที่ใช้ในชุมชน จำนวน 5 คน 2) ผู้แปรรูปสมุนไพรเพื่อจำหน่าย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม จำนวน 10 คน 3) ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปสมุนไพรเพื่อการจำหน่าย ในเขตพื้นที่วิจัย ได้แก่ พัฒนาชุมชนอำเภอบึงใหญ่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูบ ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม ผู้ใหญ่บ้านและสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูบ จำนวน 5 คน และขอให้ประธานกลุ่มแนะนำผู้ให้ข้อมูลรองที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นการแนะนำแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และผู้ให้ข้อมูลรอง จนข้อมูลอิ่มตัวจึงหยุดเก็บข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น โดยถามในประเด็นต่อไปนี้คือ ชื่อ-สกุล อายุ จบการศึกษาระดับ อาศัยอยู่ในหมู่บ้านนี้มานาน อาชีพหลัก และอาชีพเสริม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่ม เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด โดยถามในประเด็นต่อไปนี้คือ สถานะสมาชิกกลุ่ม วัตถุประสงค์ของกลุ่ม ลักษณะความโดดเด่นของกลุ่ม กรรมการต่าง ๆ ของกลุ่ม มีความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ ในฐานะสมาชิกจะพัฒนากลุ่มให้ดียิ่งขึ้นหรือไม่ ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้ สิ่งที่เป็นเครื่องยืนยันว่ากลุ่มของท่านประสบผลสำเร็จ แบบอย่างให้กับกลุ่มอื่น ๆ ได้นำไปประยุกต์ใช้ มีอะไรบ้าง สภาพปัญหา และอุปสรรค

ระยะที่ 2 การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอบึงใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตะไคร้หอม “สมุนไพรตะไคร้หอมน้ำมันงา” การทดสอบและการยอมรับดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคในชุมชน โดยให้ผู้บริโภคทดสอบผลิตภัณฑ์ แนวโน้มการตลาด การกำหนดราคา และต้นทุนการผลิต

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอบึงใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ คือ จำนวน 60 คน การทดสอบและการยอมรับดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภคในชุมชน จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและตามสะดวก (Accidental / Convenience Sampling) ให้ผู้บริโภคทดสอบผลิตภัณฑ์แล้วตอบคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป โดยถามในประเด็นต่อไปนี้คือ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน/ต่อปี

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตะไคร้หอม “สมุนไพรตะไคร้หอม น้ำมันงา” ได้แก่ ด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ด้านประสิทธิภาพในการการใช้งาน ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ ด้านกลิ่นและด้านลดต้นทุน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับให้เลือกตอบตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงระดับใดระดับหนึ่ง มีเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม ดังนี้

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผล 5 ระดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548 : 77) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ระยะที่ 3 การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา คือ วิทยาลัยชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอซับใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม ทางออฟไลน์และออนไลน์ ประเมินความพึงพอใจในการจัดอบรม

3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดย คือ กลุ่มวิทยาลัยชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอซับใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 60 คน โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในการจัดอบรมแล้วนำมาประเมินผล โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป โดยถามในประเด็นต่อไปนี้คือ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน/ต่อปี

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตะไคร้หอม “สมุนไพรตะไคร้หอมน้ำมันงา” ได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านวิทยากร ด้านกระบวนการ / ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการนำความรู้ไปใช้ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับให้เลือกตอบตามมาตรารัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงระดับใดระดับหนึ่ง มีเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม ดังนี้

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผล 5 ระดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548: 77) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือวิจัยตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้:

3.1 แบบสอบถาม (Questionnaire): พัฒนาขึ้นโดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้อง และความเหมาะสมของภาษาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผ่านเกณฑ์ทุกข้อ (IOC = 0.80) จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.869

3.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สร้างขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา ความครอบคลุมของวัตถุประสงค์ และความเหมาะสมของภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พร้อมปรับปรุงตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้จริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ตามลำดับ:

4.1 ระยะศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรค เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 20 คน ประกอบด้วย เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพร สมาชิกวิทยาลัยชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัย

4.2 ระยะพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้แก่สมาชิกวิทยาลัยชุมชนจำนวน 60 คน ร่วมกับวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คือ น้ำมันนวดตะไคร้หอม จำนวน 400 ขวด เพื่อนำไปทดสอบการใช้งานและประเมินผล

4.3 ระยะส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาดระดับชุมชนโดยการเชื่อมโยงเครือข่ายสินค้าชุมชนและของชำร่วยในงานพิธีการ พร้อมทั้งจัดการฝึกอบรมการตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ให้แก่สมาชิกกลุ่มจำนวน 60 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

5.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูล แบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย () และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง การจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็น สังเคราะห์ผล และนำเสนอในรูปแบบความเรียงเชิงพรรณนา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอซับใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research Methodology) และและเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ได้ทำการสังเคราะห์และนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย แสดงดังแผนภาพภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรค ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกตะไคร้หอม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอซับใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและการบอกต่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นใหม่ ขาดความมั่นใจในการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กลุ่มแสดงให้เห็นถึงเป้าหมายความสำเร็จในการสร้างเอกลักษณ์ทางผลิตภัณฑ์ผ่านสเปรย์ไล่ยุงจากตะไคร้หอม ซึ่งสะท้อนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่นอย่างเหมาะสม การมีผู้นำที่ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ความพร้อมของทรัพยากรในพื้นที่ การปรับตัวและพัฒนานวัตกรรมผ่านการขยายฐานผลิตภัณฑ์ เช่น การพัฒนายานวนต้นน้ำมันตะไคร้หอมผสมน้ำมันงา ซึ่งแสดงถึงการคิดเชิงนวัตกรรมและการใช้องค์ความรู้ท้องถิ่น

2. ผลวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ดำเนินกิจกรรมด้วยการจัดฝึกอบรม

บรมให้ความรู้พร้อมทั้งทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และสำรวจความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกายและสภาพแวดล้อม กลิ่นหอมของสมุนไพร และพบว่า ช่วยลดต้นทุนให้แก่สถานประกอบการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.61)

3. ผลลัพธ์ประสงคของการวิจัยข้อที่ 3) เพื่อส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม พบว่า ดำเนินการประสานงานช่องทางการตลาดในพื้นที่โดยการจัดทำข้อตกลงระหว่างกลุ่มที่มีความเข้มแข็งแล้วช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ให้เป็นที่รู้จักพร้อมทั้งจัดกิจกรรมฝึกอบรมช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการอบรมการส่งเสริมทางการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.19)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกตะไคร้หอมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปย์ตะไคร้หอม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การวิจัยนี้สะท้อนถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กที่เพิ่งก่อตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ที่ชี้ให้เห็นว่าความเข้มแข็งของกลุ่มมิได้เกิดจากทรัพยากรหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาคีเครือข่ายจึงจะสามารถแปลงทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้กลายเป็นขีดความสามารถในการแข่งขันได้จริง กล่าวคือ การที่กลุ่มยังขาดความมั่นใจในการผลิตอย่างต่อเนื่องมิใช่เพียงปัญหาด้านทักษะการผลิต แต่สะท้อนถึงช่วงรอยต่อของการพัฒนาองค์กร (organizational transition) จากกลุ่มอาชีพที่ไม่เป็นทางการไปสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชนที่มีระบบ ขณะเดียวกัน จุดแข็งด้านผู้นำที่ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องและความพร้อมของทรัพยากรในพื้นที่ก็เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้กลุ่มสามารถอาศัยฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐเศรษฐ์ น้ำคำและคณะ (2567) ที่พบว่าความรู้ความเข้าใจของสมาชิกต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่เป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนให้ผลิตภัณฑ์ผ่านมาตรฐานต่าง ๆ ได้ ซึ่งชี้ให้เห็นแนวโน้มร่วมกันว่าการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องอาศัยพี่เลี้ยงหรือหน่วยงานสนับสนุนในลักษณะโครงสร้างพหุภาคี (multi-stakeholder) มิใช่การพึ่งพาศักยภาพภายในกลุ่มเพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับข้อค้นพบของนุชจรี ทิยะบุญและคณะ (2564) ที่ชี้ว่าข้อจำกัดด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ทำให้ฐานลูกค้าแคบและเสี่ยงต่อการถูกคู่แข่งแย่งส่วนแบ่งตลาด ข้อค้นพบทั้งสองส่วนนี้จึงตอกย้ำว่าการยกระดับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปย์ตะไคร้หอมจำเป็นต้องดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างระบบสนับสนุนที่ยั่งยืน มิใช่มุ่งพัฒนาเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์เพียงด้านเดียว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตะไคร้หอมและน้ำมันงาซึ่งอยู่ในเกณฑ์มากนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคได้มีการสะท้อนให้เห็นกลไกการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value creation) ให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นอย่างตะไคร้หอม ผ่านกระบวนการแปรรูปที่อาศัยทั้งภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนและองค์ความรู้เชิงเทคนิคในการพัฒนาสูตรผสมน้ำมันงา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจฐานชีวภาพและเศรษฐกิจหมุนเวียนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มุ่งใช้องค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์แปรทรัพยากรชีวภาพในพื้นที่ให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผลิตภัณฑ์มิได้เป็นเพียงสเปย์โลยูงแบบเดิม แต่ถูกพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามที่ตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทั้งนี้มิติความปลอดภัยจากวัตถุดิบธรรมชาติ ความรู้สึกผ่อนคลายจากกลิ่นหอมของสมุนไพร และอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่สร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั่วไปในท้องตลาด ทั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ วุฒิชัย วิภาทนาง (2567) ที่พบว่ากรอบแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปประเภทน้ำมันนวดสปาโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถยกระดับการยอมรับของผู้บริโภคได้ในลักษณะเดียวกัน ข้อค้นพบที่สอดคล้องกันนี้ตอกย้ำข้อสรุปเชิงแนวคิดว่าการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม เป็นกลไกหลักที่ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าทั้งในมิติเศรษฐกิจและมิติอัตลักษณ์ชุมชนไปพร้อมกัน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมด้านการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายที่อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้เข้ารับการอบรมสะท้อนให้เห็นว่า การตลาดในบริบทของวิสาหกิจ

ชุมชนมิได้ทำหน้าที่เพียงส่งเสริมการขายในระยะสั้น แต่เป็นกลไกเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นเข้ากับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง ผ่านการสร้างองค์ความรู้ ทักษะเชิงปฏิบัติ และความมั่นใจในการปรับตัวให้แก่สมาชิกกลุ่ม กล่าวคือ หากปราศจากศักยภาพด้านการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระยะที่ผ่านมา ก็อาจไม่ถูกแปลงเป็นรายได้หรือความมั่นคงทางเศรษฐกิจของกลุ่มได้จริง การส่งเสริมการตลาดจึงเป็นจุดเชื่อมสำคัญระหว่างต้นทุนภูมิปัญญาท้องถิ่นกับผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่จับต้องได้ และเป็นเงื่อนไขจำเป็นต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว ทั้งนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานศึกษาของ ทศพร ธรรมธนวิช ตระกูล จิตวัฒนา และบุษกร วัฒนบุตร (2567) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาด 5.0 กับการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ที่ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจสมุนไพรไทยจำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดผ่านกลยุทธ์การตลาด 5.0 ทั้งการออกแบบแคมเปญที่ตอบสนองผู้บริโภค การคาดการณ์แนวโน้มตลาด และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเสริมประสิทธิภาพการตลาด ข้อค้นพบดังกล่าวตอกย้ำว่าความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสเปรย์ตะไคร้หอมมิได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยขีดความสามารถด้านการตลาดที่ปรับตัวได้ทันต่อพลวัตของตลาดควบคู่กันไปด้วย

โดยภาพรวม ผลการวิจัยทั้งสามส่วนสะท้อนความเชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่ตั้งแต่การเสริมสร้างองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างของกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ไปจนถึงการส่งเสริมการตลาดเพื่อแปลงมูลค่านั้นให้เป็นรายได้และความเข้มแข็งของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยนี้จึงมีส่วนเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับกลไกการยกระดับวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กในบริบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนมิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงลำพัง หากแต่เกิดจากการบูรณาการระหว่างทุนภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วม และระบบการตลาดที่เชื่อมโยงกับพลวัตของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นข้อเสนอเชิงองค์ความรู้ (Contribution) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรกลุ่มอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกันได้

สรุปผลการวิจัย

ในการออกแบบแนวทางสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ต่อไปสรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 ด้านกระบวนการดำเนินงาน คณะผู้วิจัยจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 60 คน จนได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คือ น้ำมันนวดตะไคร้หอมผสมน้ำมันงา จำนวน 400 ขวด ซึ่งพัฒนาต่อยอดจากสเปรย์ไล่ยุงตะไคร้หอมเดิมของกลุ่ม แล้วนำไปทดสอบการใช้งานจริงกับผู้บริโภคในชุมชนจำนวน 400 คน ด้านผลลัพธ์ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านวัตถุดิบที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.64) รองลงมาคือด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.63) และด้านการลดต้นทุน ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในมิติคุณภาพวัตถุดิบ ความปลอดภัย และการลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค

สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 ด้านกระบวนการดำเนินงาน คณะผู้วิจัยประสานความร่วมมือด้านช่องทางการตลาดในพื้นที่ผ่านข้อตกลงกับกลุ่มเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ให้เป็นที่รู้จัก ควบคู่กับการจัดฝึกอบรมช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ให้แก่สมาชิกกลุ่ม จำนวน 60 คน ด้านผลลัพธ์ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.19) โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.81$, S.D. = 0.31) รองลงมาคือด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.28) และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีความพร้อมและทัศนคติเชิงบวกต่อการนำองค์ความรู้ด้านการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการสร้างรายได้และขยายช่องทางจัดจำหน่ายของกลุ่มต่อไป

Contribution ของงานวิจัย งานวิจัยนี้มีส่วนสร้างองค์ความรู้เชิงประจักษ์เกี่ยวกับกระบวนการยกระดับวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กในสามมิติที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ การเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่วัดผลได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ และการส่งเสริมการตลาดเพื่อแปลงมูลค่านั้นให้เป็นรายได้ที่ยั่งยืน ผลการวิจัยจึงเป็นต้นแบบของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นที่มีบริบททรัพยากรและภูมิปัญญาใกล้เคียงกันได้ นอกจากนี้ ยังเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ระดับวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น (วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอชัยใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ)

1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) การยกระดับสู่มาตรฐานและการรับรอง: นำสูตรและกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตะไคร้หอมที่ผ่านการทดลองในงานวิจัยไปยื่นขอรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หรือการขึ้นทะเบียนจดแจ้งเครื่องสำอาง/วัตถุอันตรายทางสาธารณสุขกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และฉลาก: พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันแสงและความชื้นเพื่อรักษาคุณภาพสารสำคัญในน้ำมันหอมระเหยตะไคร้หอม พร้อมออกแบบฉลากสินค้าที่แสดงข้อมูลส่วนประกอบ วิธีใช้ วันหมดอายุ และเรื่องราว (Storytelling) ของอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลท่ากูบ การจัดทำคู่มือมาตรฐานการผลิต (SOP): จัดทำคู่มือขั้นตอนการกลั่นและการแปรรูปตะไคร้หอมที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสามารถควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในแต่ละล็อตให้มีความสม่ำเสมอ

2) ด้านการตลาด (Marketing) การสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ (Branding): กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ชูจุดเด่น "ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตะไคร้หอมธรรมชาติ ปลอดภัย จากภูมิปัญญาท่ากูบ ชัยภูมิ" เพื่อสร้างการจดจำและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาด การขยายช่องทางการตลาดแบบผสมผสาน (Omni-channel) ช่องทางออนไลน์: พัฒนาหน้าร้านบน Social Commerce (เช่น Facebook Page, TikTok Shop, Shopee) โดยเน้นการสร้างคอนเทนต์วิดีโอสั้น สาธิตประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ตะไคร้หอมในการใช้ชีวิตประจำวันและการเกษตร ช่องทางออฟไลน์ วางจำหน่าย ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP จังหวัดชัยภูมิ ร้านค้าของฝากประจำแหล่งท่องเที่ยว และโฮมสเตย์/ศูนย์เรียนรู้ในพื้นที่ การจัดชุดสินค้า (Product Bundling): จัดทำชุดสินค้าของขวัญ/ของฝาก (Gift Set สมุนไพร) เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อการสั่งซื้อในช่วงเทศกาล

3) ด้านการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน (Capacity Building) การบริหารจัดการต้นทุนและการบัญชี: ปรับใช้ระบบบันทึกบัญชีต้นทุนการผลิตวัตถุดิบและค่าแรงตามแนวทางงานวิจัย เพื่อคำนวณจุดคุ้มทุน (Break-even Point) และกำหนดราคาจำหน่ายได้อย่างแม่นยำ การจัดโครงสร้างและแบ่งบทบาทหน้าที่: บริหารจัดการกลุ่มโดยแบ่งฝ่ายงานตามความเชี่ยวชาญ ได้แก่ ฝ่ายเตรียมวัตถุดิบและควบคุมการกลั่น ฝ่ายตรวจรับประกันคุณภาพ ฝ่ายบัญชี-คลังสินค้า และฝ่ายการตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการวัตถุดิบอย่างยั่งยืน: จัดทำแผนการปลูกและเก็บเกี่ยวตะไคร้หอมแบบหมุนเวียนในพื้นที่ตำบลท่ากูบ เพื่อให้มีวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการแปรรูปอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

1.2 ระดับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคีพัฒนา (เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลท่ากูบ, สำนักงานเกษตรอำเภอชัยใหญ่, สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยภูมิ)

1) ด้านการส่งเสริมเทคโนโลยีและมาตรฐาน การสนับสนุนเครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิต สนับสนุนงบประมาณหรือจัดหาเครื่องกลั่นน้ำมันหอมระเหยระบบไอน้ำที่มีประสิทธิภาพสูงและประหยัดพลังงาน เพื่อช่วยลดต้นทุนเชื้อเพลิงในการกลั่นวัตถุดิบของชุมชน การส่งเสริมการตรวจวิเคราะห์คุณภาพ จัดตั้งระบบภาคีเครือข่ายร่วมกับศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ หรือห้องปฏิบัติการสถาบันการศึกษาในการตรวจวิเคราะห์ปริมาณสารสำคัญในน้ำมันตะไคร้หอมเป็นประจำ

2) ด้านการส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวัฒนธรรม พัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ ให้เป็น "ศูนย์เรียนรู้การแปรรูปสมุนไพรบนฐานภูมิปัญญา" บรรจุเข้าในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสุขภาพของอำเภอชัยใหญ่และจังหวัดชัยภูมิ การเปิดโอกาสทางการตลาด: สนับสนุนพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้แก่วิสาหกิจชุมชนในงานแสดงสินค้า เทศกาล OTOP และงานประเพณีสำคัญของจังหวัดชัยภูมิ

3) ด้านการพัฒนาทักษะและความเข้มแข็งของชุมชน การจัดอบรมต่อยอดทักษะ (Upskill / Reskill) บูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้าน "การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)" "การถ่ายภาพสินค้าและการเล่าเรื่อง" และ "การบริการลูกค้าและการขนส่ง" ให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน

1.3 ระดับสถาบันการศึกษาและนักวิจัย (เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ และ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย) การเป็นพี่เลี้ยงทางวิชาการ (Academic Mentorship) จัดตั้งทีมอาจารย์และนักวิจัยลงพื้นที่ติดตาม ให้คำปรึกษา และประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อยทุก 3-6 เดือน เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคการผลิตและการตลาด การบูรณาการกับการเรียนการสอนและการบริการวิชาการ นำโจทย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ตะไคร้หอมของตำบลท่ากูป ไปบูรณาการเป็นกรณีศึกษา (Case Study) หรือโครงการวิจัยของนักศึกษาในสาขาวิชาแพทยแผนไทย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหาร การตลาด และการพัฒนาชุมชน

2. ข้อเสนอแนะครั้งถัดไป

2.1 การวิจัยเชิงลึกด้านฤทธิ์ทางชีวภาพและความคงตัวของผลิตภัณฑ์ ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการยับยั้งเชื้อจุลินทรีย์ ประสิทธิภาพการไล่ยุงและแมลงในสภาวะภาคสนาม (Field Test) รวมถึงการทดสอบอายุการเก็บรักษา (Shelf-life Stability Test) ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตะไคร้หอมแต่ละสูตรภายใต้สภาวะการเก็บรักษาที่แตกต่างกัน

2.2 การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง (High-Value Innovation) ควรต่อยอดงานวิจัยไปสู่การสกัดสารสำคัญเกรดบริสุทธิ์จากตะไคร้หอม เพื่อใช้เป็นส่วนผสมในอุตสาหกรรมเวชสำอาง (Cosmeceuticals) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรบำบัด (Aromatherapy Grade) หรือผลิตภัณฑ์ดูแลผิว

2.3 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Impact Assessment) ควรทำการศึกษาติดตามผลกระทบระยะยาว (Longitudinal Study) เกี่ยวกับอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ครัวเรือน การลดการย้ายถิ่นฐานของแรงงานในชุมชนตำบลท่ากูป และระดับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนหลังจากรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรม

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). *คู่มือการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย. จันทนา กาญจน์บุญชู, และ ญัฐา เลหากุลจิตต์. (2563). การสกัดและคุณสมบัติทางเคมีของน้ำมันหอมระเหยจากตะไคร้หอม เพื่อการประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ชุมชน. *วารสารวิทยาศาสตร์เกษตร*, 51(2), 112-125.
- ญัฐเศรษฐ์ น้ำคำ และคณะ. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรวิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะโสลี ตำบลหนองนางนวล อำเภอนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารเทคโนโลยีและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*, 7(1), 13-24.
- ทศพร ธรรมธนวิช, ตระกูล จิตวัฒนากร, และบุษกร วัฒนบุตร. (2567). กลยุทธ์ทางการตลาด 5.0 กับการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 26(3), 210-221.
- นรินทร์ รัตนจันทร์. (2564). การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและการจัดการการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 9(3), 345-358.
- นุชจรี ทิยะบุญ และคณะ. (2564). รูปแบบการประกอบการสินค้าแปรรูปเกษตรกลุ่มสมุนไพรด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจยาหม่องสมุนไพรปลอดพ้งพอน ตำบลยางเนิ้ง ตำบลหนองผึ้ง ตำบลสารภี อำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, ฉบับพิเศษ ครบรอบ 15 ปี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ (ธันวาคม 2564)*, 84-97.
- พัชรี สุวรรณนที, และ สมชาย ชัยอนันต์. (2566). ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรของผู้บริโภค. *วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการ*, 11(1), 89-102.
- วุฒิชัย วิภาทานัง. (2567). การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปประเภทน้ำมันนวดสปา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องหอมเมืองสระแก้วแบบมีส่วนร่วม. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 18(1), 51-63.
- ศูนย์สารสนเทศสมุนไพร. (2564). *รายงานสถานการณ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล*. กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข.

- อภิรักษ์ ชาญศึก, และ รัตน์ มนตรี. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 17(2), 45–58.
- อภิรักษ์ ชาญศึก, และ รัตน์ มันทรา. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรจากตะไคร้หอมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกตะไคร้หอม ตำบลท่ากูบ อำเภอซับใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ*, 14(2), 45–58.
- Chansuck, A., & Mantra, R. (2024). Development of herbal processing products from citronella on the base local wisdom for the community enterprise of the Lemongrass Spread Group Tha Kub Sub - district Sap Yai District Chaiyaphum Province. *Journal of Local Development and Herbal Innovation*, 7(1), 15–29.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Nakatsu, T., Lupo, A. T., Chinn, J. W., & Kang, R. K. (2000). Biological activity of essential oil components: Citronella oil and its constituents. *Studies in Natural Products Chemistry*, 24, 271–305.
- Wijesekera, R. O. B. (2017). The medicinal plant industry and community-based enterprises in developing nations. *Journal of Ethnopharmacology*, 205, 110–120.