

รูปแบบการประกอบการสินค้าแปรรูปเกษตรกลุ่มสมุนไพร ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม
ของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจยาหม่องสมุนไพรเสลดพังพอน ตำบลยางน่อง
ตำบลหนองผึ้ง ตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

Community based Participatory Action in undertaking Pattern of Herbal
Group in Agriproduct Processing: A Case Study of Green Herb Balm
Community Enterprise in Tambon Nong Phueng, Tambon Yang Noeng,
Tambon Saraphi Saraphi District, Chiang Mai Province

นุชจรี ทียะบุญ

แขนงวิชาการประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

E-mail: nutchari@feu.ac.th

ธัญญารัตน์ ลิ่นฤาษี

แขนงวิชาการประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

E-mail: tanyarut@feu.ac.th

ณิชา ทองจำรูญ

แขนงวิชาการจัดการธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

E-mail: nicha@feu.ac.th

อริย์รัช อักษรทับ

ภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยพายัพ

E-mail: aritat_a@payap.ac.th

Nutchari Teeyabun

Entrepreneurship in field of Business Administration Program,

The Far Eastern University

Tanyarut Linruesee

Entrepreneurship in field of Business Administration Program,

The Far Eastern University

Nicha Thongjumroon

Business Management in field of Business Administration Program,

The Far Eastern University

Aritat Aksornatp

International management Department International College, Payap University

รับเข้า: 13 สิงหาคม 2563 แก้ไข: 31 สิงหาคม 2563 ตอปรับ: 16 กันยายน 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชนเดิมและสภาพปัญหาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนก่อนการดำเนินงาน การพัฒนาศักยภาพการประกอบการทางการเกษตรกลุ่มสมุนไพร การเพิ่มมูลค่าสินค้าสินค้าแปรรูปทางการเกษตรของชุมชน โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่กลุ่มวิสาหกิจเกษตรสมุนไพรหมู่ 7 บ้านยางเนิ้ง ตำบลยางเนิ้ง อำเภอสาร์ปี จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า สภาพปัญหาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนก่อนการดำเนินงานสาเหตุหลักคือสินค้ามีขนาดเล็ก ทำให้ไม่สะดวกในการพกพา มีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ยาหม่องโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยสอบถามกับผู้ที่ใช้ยาหม่องเป็นประจำจำนวน 155 คน โดยใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด 4P's ผลปรากฏว่าขนาดของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเป็นขนาดเล็ก สะดวกใช้แบบขวด เล็กชื้อเพราะสรรพคุณ มีกลิ่นที่ชอบสุด คือ มินท์ จึงมีการคิดร่วมกันเพื่อยาหม่องน้ำเป็นสูตรใหม่เพื่อเป็นจุดขายและจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านการแปรรูปสมุนไพรเพื่อการท่องเที่ยวประจำอำเภอสาร์ปี การเพิ่มมูลค่าสินค้าสินค้าแปรรูปทางการเกษตรของชุมชนใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด 4P's Product (ผลิตภัณฑ์) คิดค้นยาหม่องน้ำสูตรใหม่เพื่อใช้ในการจำหน่าย Price (ราคา) กำหนดราคาขายที่ 35 บาทต่อ 50 ซีซี Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) 2 ช่องทาง คือ ทางตรง ทางอ้อม Promotion (การส่งเสริมการตลาด) ใช้วิธีการดึงดูดลูกค้าใหม่ ช่วงวัยรุ่นถึงวัยทำงาน ผลลัพธ์คือผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานมีมูลค่าเพิ่มได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนภูมิปัญญาที่สามารถต่อยอดสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ในพื้นที่คัดเลือกระดับจังหวัดสู่การสร้างมูลค่าสินค้าสู่ OTOP ต่อไป

คำสำคัญ: รูปแบบการประกอบการ สินค้าแปรรูปเกษตร กลุ่มวิสาหกิจ ยาหม่องสมุนไพรเสลดพังพอน

Abstract

This study was targeted to survey a local community context from past and problem issues before operation in community enterprise. The entrepreneurship's ability development in agricultural managing and the Value added in agriculture processing are targeted to community enterprise in herbal group Moo 7 Baan-Yangneung Yangneung district Sarapi Chiang Mai province.

From the result of the study, primary surveying by specific random sampling with 4P's market tool to 155 balm consumers, liquid balm is a good alternative choice and its size should be small and in a bottle. The best fragrance is mint. The entrepreneurship's ability development in agricultural management is conducted by organizing a hub as a knowledge center of herbal product processing for tourism purposes in Sarapi district. The Value added in agriculture processing of the

community has been applied by 4P's market tool product, a new formula of liquid balm for sale. Price 35 bath per 50cc. Place 2 channel which is a direct way (person to person) and indirect way. Promotion customers appealing to the target group are teenagers and working person. Output is a value-added standard product in Sa-led-pang-pond Balm. It also is one of the representatives of a district to show local wisdom to further pricing in the provincial level as an OTOP product in the future.

Keywords: business planning model, agri product, community enterprise, green herb balm

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) และสืบเนื่อง ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งได้ให้ความสำคัญในการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจจากทรัพยากรพันธุ์กรรมและความหลากหลายทางชีวภาพให้มีการอนุรักษ์การวิจัยและพัฒนาพันธุ์กรรมท้องถิ่นและพืชพื้นบ้าน เพื่อสร้างนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มและเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ เช่น สมุนไพร เวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจรวมทั้งเป็นการสนับสนุนยุทธศาสตร์ประเทศในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

เภสัชกรหญิงกฤษณา ไกรสินธุ์ ศาสตราจารย์พิเศษด้านเภสัชศาสตร์ และคณบดีคณะการแพทย์แผนตะวันออก มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวว่าควรหาและสร้างจุดเด่นให้กับสมุนไพรไทย เช่น การแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพ การเปลี่ยนวิถีจากสารเคมีเป็นออร์แกนิก และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยทุกวันนี้การทำตลาดแทบจะไร้พรมแดนแล้ว อะไรก็หาซื้อได้ง่ายขึ้น การจะทำให้ตลาดสมุนไพรของไทยเข้มแข็ง ควรเริ่มจากการรวมตัวกันของคนในชุมชนปลูกสมุนไพรคนละอย่างสองอย่าง แล้วเอามารวมกันเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนป้อนภาคอุตสาหกรรมเช่น พื้นที่หนึ่งปลูกกระเจี๊ยบมาก อีกพื้นที่หนึ่งปลูกกระชายมากก็ต่างฝ่ายต่างทำไม่ต้องเหมือนกันทั้งหมดเป็นการกระจายการผลิตในสิ่งที่ถนัดและป้องกันปัญหาผลผลิตล้นตลาด

จังหวัดเชียงใหม่ได้ชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตร และพืชผักเมืองหนาวที่สำคัญของประเทศมีพืชเศรษฐกิจ ได้แก่ ลำไย สมุนไพร สตรอเบอร์รี่ โดยตำบลยางเนิ้ง ตำบลหนองผึ้ง ตำบลสารภี จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 3 ตำบล มีความโดดเด่นตรงเป็นพื้นที่กึ่งเมืองกึ่งชนบทความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์และการปกครองโดยนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ร่วมกับการทำการเกษตร จึงทำให้ทุกบ้านมีการปลูกพืชผักสวนครัวโดยเฉพาะสมุนไพรเกือบทุกครัวเรือนหากใช้เป็นประเด็นการสร้างสังคมที่มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ และการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจในพื้นที่

ร่วมกับยุทธศาสตร์จังหวัด ในเรื่อง การส่งเสริมขีดความสามารถพัฒนาความเชื่อมโยงในการประกอบธุรกิจ และเชื่อมโยงกับวิสัยทัศน์อำเภอสาร์ภี ทั้งนี้ในกรอบการดำเนินการจะประกอบไปด้วยการพัฒนาทักษะด้านการประกอบการ รวมไปถึงการพัฒนาเครือข่ายในการดำเนินงานเพื่อการศึกษาความสามารถในการประกอบการทางการเกษตรกลุ่มสมุนไพรเพื่อผลักดันให้กลุ่มมีความเข้มแข็งสู่ความมั่นคงและยั่งยืนด้านเศรษฐกิจทำให้เกิดศักยภาพในการต่อยอดสินค้าสมุนไพรที่มีศักยภาพในการเติบโตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบททุนชุมชนเดิมและสภาพปัญหาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนก่อนการดำเนินงาน
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพการประกอบการทางการเกษตรกลุ่มสมุนไพรด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม
3. เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าสินค้าแปรรูปทางการเกษตรของชุมชน

วิธีการวิจัย

มีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มวิสาหกิจเกษตรสมุนไพร หมู่ 7 บ้านยางเนิ้ง ตำบลยางเนิ้ง อำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่ 10 คน ทีมวิจัย มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น 4 คน เทศบาลและเกษตรตำบล 6 คน กลุ่มเป้าหมายรองตัวแทนชุมชน และภาคีเครือข่าย 20 คน ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ ตัวแทนสภาเด็กและเยาวชน อสม. กลุ่มเครือข่ายเกษตร คณะกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีตำบล ฯลฯ ร่วมขับเคลื่อนให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

2. ประเภทของข้อมูลใช้ ข้อมูลปฐมภูมิโดยเก็บข้อมูลจากแบบการจดบันทึก การจัดกิจกรรมการสัมภาษณ์เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลเชิงลึก เวกีระดมความคิดเห็น

โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและรวบรวมข้อมูลได้แก่

- 2.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ในด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการชุมชน

- 2.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ความต้องการของตลาดเป้าหมายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ และข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

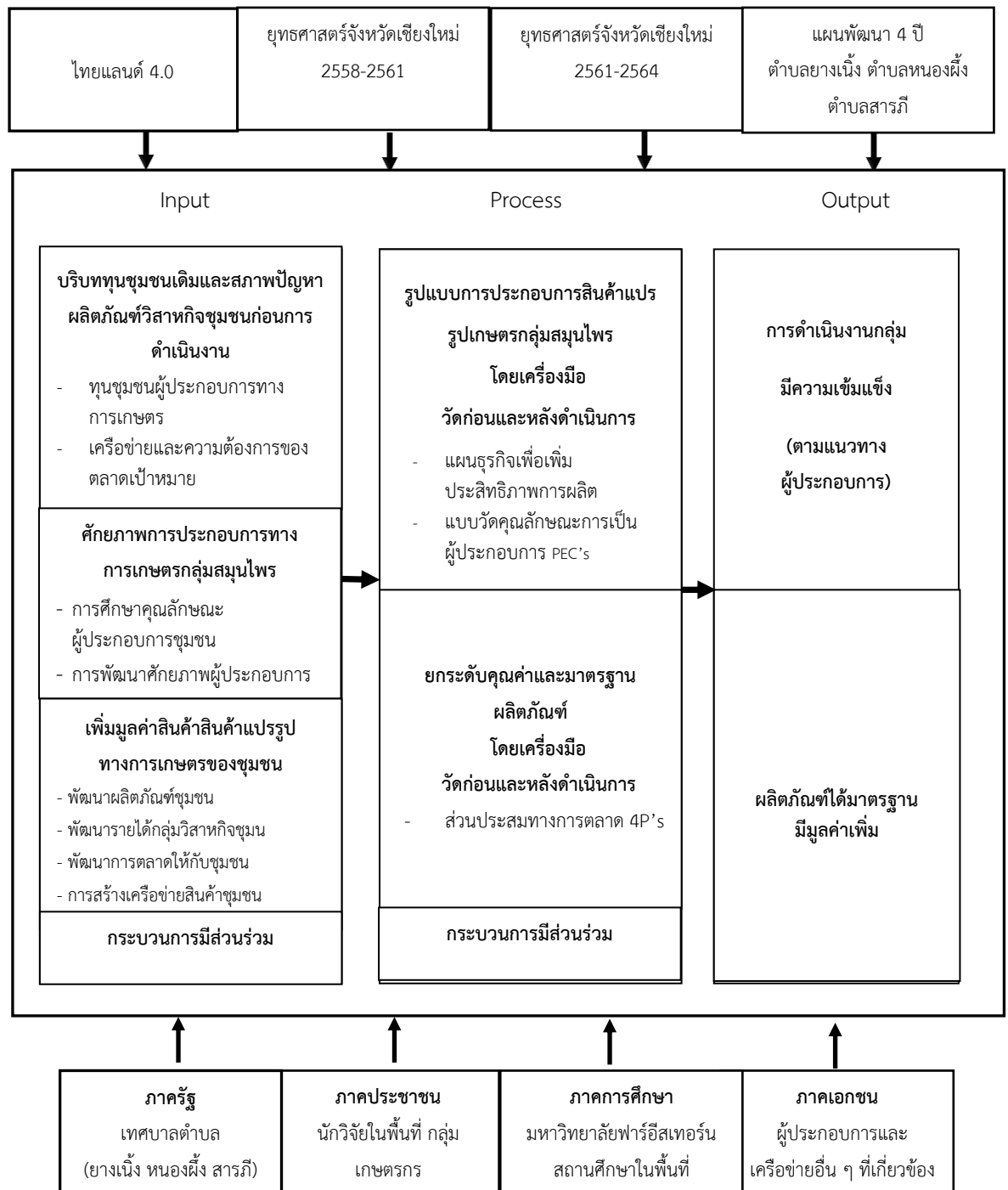
3. วิธีการวิจัยมี 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นการเตรียมการได้แก่จัดเวทีชุมชน สรรวจบริบทชุมชน สภาพปัญหา สร้างเครือข่ายศึกษาความต้องการ 2) ขั้นการดำเนินการ จัดเวทีระดมสมองเพื่อนำข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้ชุมชนร่วมกันศึกษาและแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ใช้เครื่องมือให้ความรู้ อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนา 4P's ให้ชุมชน 3) ขั้นการติดตามและประเมินผลการดำเนินการโดยการตรวจสอบคืนข้อมูลและสรุปผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยเน้นงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) โดยมีเครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกวัดผลด้านคุณลักษณะการเป็น

ผู้ประกอบการ แบบสอบถามในการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มและเพิ่มมูลค่าสินค้า



ภาพที่ 1 ฉลากเดิมที่ต้องการปรับเปลี่ยนและการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด 4'P ร่วมกัน



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการประกอบการสินค้าแปรรูปเกษตรกลุ่มสมุนไพร ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจยาหม่องสมุนไพรเสลดพังพอน ตำบลยางเนิ้ง ตำบลหนองผึ้ง ตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ มีประเด็นดังต่อไปนี้

1. บริบททุนชุมชนเดิมและสภาพปัญหาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนก่อนการดำเนินงาน

สมาชิกตั้งแต่เริ่มก่อตั้งจำนวน 7 คน เงินทุนของสมาชิกเริ่มแรก เป็นเงิน 700 บาท ต่อมาสมาชิกเพิ่มขึ้นทำให้ปัจจุบัน มีสมาชิกจำนวน 10 คนเป็นเงินลงทุนของสมาชิกในปัจจุบัน 1,000 บาท ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีจำนวน 1 ชนิด ได้แก่ ยาหม่องเสลดพังพอน ประกอบด้วยวัตถุดิบ ต้นเสลดพังพอน ตัวผู้และตัวเมีย ซึ่งสามารถหาได้ในชุมชนหรือที่ทำการประธานกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปสมุนไพรเสลดพังพอน ตัวยาประกอบด้วย การบูร พิมเสน น้ำมันงา เมนทอล น้ำมันสัระระแห่น พาราฟิน และวาสลีน สรรพคุณแก้แมลงสัตว์กัดต่อย โรคผิวหนัง ผดผื่นคัน แก้ปวดเมื่อยตามร่างกาย เป็นยาทาภายนอก จำหน่ายเป็นขวดปริมาณสุทธิ 50 กรัม ราคาจัดจำหน่ายราคาขายส่ง 10 ขวดขึ้นไปจำหน่ายขวดละ 40 บาท และราคาขายปลีกขวดละ 50 บาท

จุดแข็ง

1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสมุนไพรเสลดพังพอน เป็นส่วนประกอบ 100%
2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคู่แข่งในท้องถิ่น
3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการควบคุมคุณภาพในการผลิตโดยผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานราชการ

และหน่วยงานสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูก ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสามารถซื้อได้ง่าย
5. สมาชิกของกลุ่มมีความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าเป็นอย่างดี
6. ผู้นำกลุ่มสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ชุมชนอื่น ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายผู้บริโภค และ

เครือข่าย

จุดอ่อน

1. บรรจุภัณฑ์มีขนาดเล็กทำให้ลูกค้าอยู่ในวงแคบ
2. มีสินค้ายาหม่องชนิดเดียวทำให้เจาะกลุ่มผู้บริโภคได้น้อย
3. ผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งอาจมีเพิ่มขึ้นในอนาคต

โอกาส

1. หน่วยงานราชการท้องถิ่นให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสนับสนุนเงินทุนเป็นอย่างดี

2. ชุมชนใกล้เคียงมีความต้องการเพิ่มพูนความรู้ในการพัฒนาสมุนไพรทำให้สามารถสร้างเครือข่ายผู้บริโภคได้ง่าย

อุปสรรค

กระบวนการผลิตยังไม่มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน
ของกลุ่ม

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ลักษณะสำคัญ	ผลิตภัณฑ์
ชื่อผลิตภัณฑ์	ยาหม่องเสลดพังพอน
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ตัวยาทำมาจากพาราฟิน ผสมกับการบูร พิมเสน น้ำมันงา เมนทอล น้ำมันสะระแหน่ และวาสลีน โดยลักษณะของ ตัวยาหม่องจะมีสีเขียวตามสีของใบเสลดพังพอน
ลักษณะบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้ว No.2 ปริมาณ 50 กรัม
การนำไปใช้ประโยชน์	- ทาแผลที่เกิดจากแมลงสัตว์กัดต่อย - ทาเพื่อแก้ผดผื่นคัน - ทาเพื่อแก้ปวดเมื่อยร่างกาย - ใช้ในการดมแก้วิงเวียนศีรษะ
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย/ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย	- กลุ่มผู้สูงอายุ - กลุ่มที่ชื่นชอบยาสมุนไพร - กลุ่มผู้ที่ได้รับบาดเจ็บจากแมลงสัตว์กัดต่อย โรคผิวหนัง ผดผื่นคัน และปวดเมื่อยร่างกาย
พื้นที่วางจำหน่าย(จังหวัด อำเภอกำแพง ประเทศ สงขลา) ช่องทาง/รูปแบบการจำหน่าย (ขายปลีก ขายส่ง ขายอินเทอร์เน็ต ส่งออกออกบูธ สดส่วน)	ส่วนใหญ่จำหน่ายเฉพาะในพื้นที่อำเภอสารภี เป็นหลัก - ใช้รูปแบบการขายทางออนไลน์ และทางตรง - ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพองค์กรร่วมวัดตันตยา - ศูนย์นวัตกรรม - โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลยางน้ำ - ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพครอบครัว ตำบลขาม - จำหน่ายให้กับชุมชนแต่ละหมู่บ้าน (ทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง) - ใช้รูปแบบขายส่ง (10 ขวดขึ้นไป ราคา 40 บาทต่อขวด) และขายปลีก (ขวดละ 50 บาท) - ไม่มีการส่งออก และยังไม่มีการจำหน่ายออกนอกพื้นที่ - ยังไม่มีการออกบูธ นอกจากขายในชุมชนแต่ละหมู่บ้าน

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ลักษณะสำคัญ	ผลิตภัณฑ์
กลยุทธ์การตั้งราคาขาย	-กลยุทธ์การตั้งราคา (Mark Up Pricing) ราคาขาย = ต้นทุน+กำไร
การให้ส่วนลด	- ให้ส่วนลดในกรณี ขายส่ง (10 ขวด ราคา 40 บาทต่อขวด)
การให้เครดิต	- ไม่มี (ใช้วิธีการฝากขาย)

2. พัฒนาศักยภาพการประกอบการทางการเกษตรกลุ่มสมุนไพร

2.1 ด้านส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายจึงมีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ยาหม่องโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยสอบถามกับผู้ที่ใช้ยาหม่องเป็นประจำจำนวน 155 คน ผลปรากฏดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ หญิง จำนวน 99 คน ชาย จำนวน 55 คน เพศทางเลือก จำนวน 1 คน

ผลิตภัณฑ์ ชนิดของยาหม่องที่ต้องการอันดับที่ 1 คือชนิดน้ำ ขนาดของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการคือขนาดเล็ก แพ็คเก็จบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สะดวกใช้เป็นขวด เลือกซื้อยาหม่องเพราะสรรพคุณกลิ่นที่ชอบคือกลิ่นมินท์ สัญลักษณ์แทนยาหม่องเสลดพังพอนควรเป็นต้นเสลดพังพอนฉลากของยาหม่องควรเป็นสีเขียว

ราคา ราคามีผลทำให้ท่านตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง หากท่านซื้อจะซื้อที่ละ 1 ขัน ราคาที่เหมาะสมที่จะซื้อไม่เกิน 100 บาท

สถานที่จำหน่าย รู้จักสมุนไพรส่วนมากจากช่องทางคนรู้จัก ครอบครัวหรือเพื่อนบอกเล่า เหตุผลที่เลือกซื้อยาหม่องหรือสมุนไพรจากสถานที่นั้นคือความสะดวกสบาย อยากให้ยาหม่องเสลดพังพอนจัดจำหน่ายที่ร้านสะดวกซื้อ

การส่งเสริมการตลาด โปรโมชันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ สื่อออนไลน์ ใช้ง่ายที่สุด คือ เฟซบุ๊ก

จากการวิเคราะห์รูปแบบการประกอบการของกลุ่มผลปรากฏดังนี้

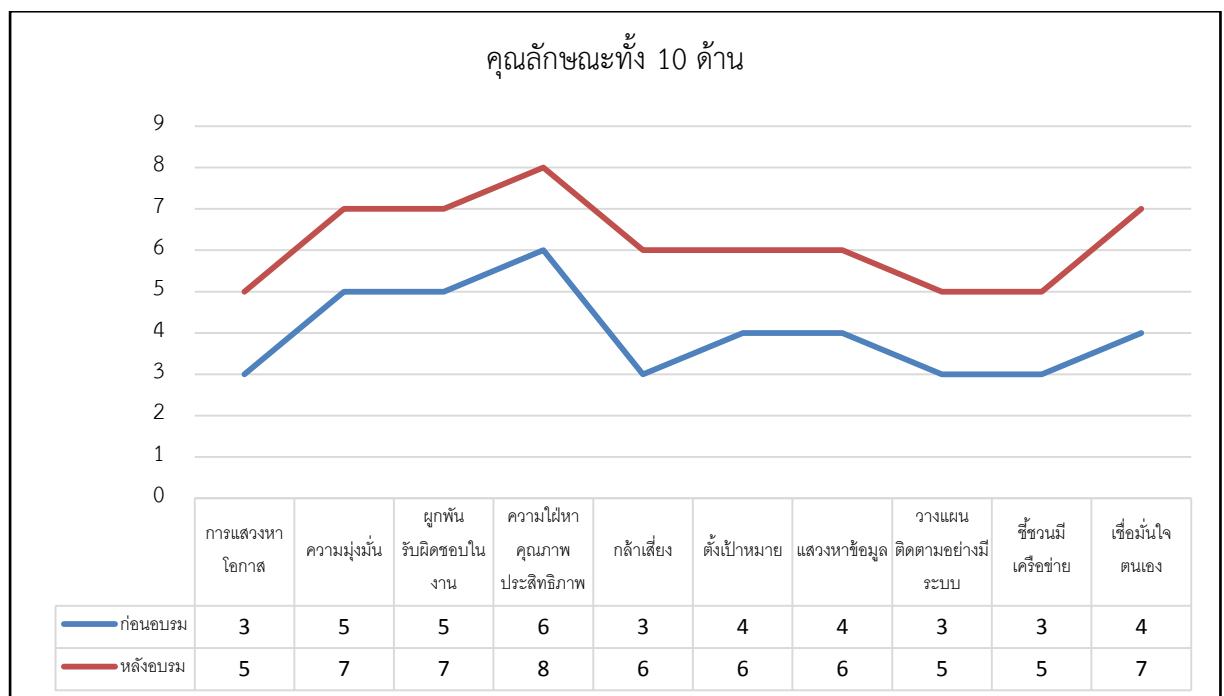
การตลาด เดิมจำหน่ายแค่ในพื้นที่ของชุมชนไม่นำออกไปจำหน่ายนอกพื้นที่ทำให้คนภายนอกไม่ได้รับรู้ถึงสินค้าที่มี การพัฒนาคือเพิ่มช่องทางการตลาดภายนอกและออกบู๊ทนำเสนอสินค้าพร้อมทั้งให้ความรู้และพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย

การผลิต จากการผลิตที่มีแค่สินค้าเดียวคือยาหม่องในรูปแบบขี้ผึ้งได้พัฒนาสินค้าคือรูปแบบยาหม่องน้ำขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขายและกลุ่มลูกค้า

การเงิน ในด้านการเงินนั้นมีการต่อยอดงานวิจัยโดยมีอาจารย์ในภาควิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นไปให้ความรู้และทำเป็นงานวิจัยเพื่อให้ชุมชนมีความรู้ในการทำบัญชีต้นทุน ยอดขายอีกทั้งข้อมูลที่สำคัญเพื่อพัฒนาความรู้เพิ่มเติม

การบริหารจัดการ มีกระบวนการโดยเดิมนั้นไม่ได้มีโครงสร้างหรือหน้าที่ชัดเจนจึงได้มีการแบ่งโครงสร้างและหน้าที่ใหม่เพื่อให้กลุ่มดำเนินการได้อย่างยั่งยืนด้วยตนเอง

2.2 ด้านพัฒนาศักยภาพการประกอบการทางการเกษตรกลุ่มสมุนไพร



ภาพที่ 3 คุณลักษณะผู้ประกอบการชุมชนเปรียบเทียบก่อนและหลังเมื่อได้รับการพัฒนาศักยภาพ

จากภาพที่ 3 สรุปผลคะแนนทำให้ได้คะแนนคุณลักษณะทั้ง 10 ด้านดังนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 10 คน เป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มวิสาหกิจทั้งหมด คะแนนคุณลักษณะด้านความใส่ใจคุณภาพ ประสิทธิภาพ คิดเป็นคะแนนสูงสุดโดยหลังการอบรมอยู่ที่ค่าคะแนน 8 คะแนนคุณลักษณะด้านการแสวงหาโอกาส วางแผนติดตามอย่างมีระบบ และการชี้ชวนมีเครือข่าย คิดเป็นคะแนนต่ำสุดโดยหลังการอบรมอยู่ที่ค่าคะแนน 5

จากเครื่องมือการวัดผลดังกล่าวจึงมีการคิดร่วมกันเพื่อทำยาหม่องน้ำเป็นสูตรใหม่เพื่อเป็นจุดขายและจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านการแปรรูปสมุนไพรเพื่อการท่องเที่ยวประจำอำเภอสารภี

3. เพิ่มมูลค่าสินค้าสินค้าแปรรูปทางการเกษตรของชุมชนใช้เครื่องมือ 4P's (ส่วนประสมทางการตลาด)

ผลิตภัณฑ์ โดยการลงมือทำการบริการวิชาการร่วมกันระหว่างนักศึกษาและชุมชน เพื่อให้ได้ยาหม่องน้ำสูตรใหม่เพื่อใช้ในการจำหน่ายโดยมีนายประเสริฐ ทองจันทร์ ปราชญ์ชุมชนเป็นวิทยากรหลัก



ภาพที่ 4 ยาหม่องน้ำสูตรใหม่ผ่านการบรรจุและติดฉลากโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ราคา โดยการคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ได้ทำการสำรวจเบื้องต้นมาซึ่งราคามีส่วนในการตัดสินใจซื้อจึงได้กำหนดตามราคาตามปัจจัยภายในคือต้นทุนตลาด ลักษณะประเภทสินค้าที่ขาย และปัจจัยภายนอกคือกลุ่มผู้บริโภคและภาวะเศรษฐกิจ

ช่องทางการจัดจำหน่าย 2 ทาง คือ ทางตรง จำหน่ายในชุมชนโดยไม่ผ่านคนกลางในกรณีจ้างทำงานหรือกิจกรรมในชุมชน อาทิ ทำเป็นของขวัญ ของชำร่วยในงานขึ้นบ้านใหม่ งานศพ ทางอ้อม จำหน่ายผ่านคนกลาง อาทิ วัดในอำเภอสารภี โรงพยาบาล ตลาดชุมชน ฯลฯ

การส่งเสริมการตลาด การตั้งลูกค้าใหม่ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ยาหม่องน้ำสูตรใหม่กลุ่มผู้บริโภคจึงเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่อยู่ระหว่างช่วงวัยรุ่นถึงวัยทำงานจึงมีการให้ทดสอบผลิตภัณฑ์และจำหน่ายทำให้ลูกค้าสนใจเพราะราคาไม่แพง มีการให้ส่วนลด และการเพิ่มอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ จากเดิมผู้บริโภคซื้อยาหม่องแบบขี้ผึ้งเพียงอย่างเดียวก็เพิ่มการส่งเสริมการขายโดยลดราคายาหม่องน้ำขายคู่ไปพร้อมกันในราคาที่ถูกลงซึ่งบรรจุภัณฑ์ยาหม่องน้ำขนาด 50 ซีซี เป็นขวดเล็กพกพาสะดวก จึงเพิ่มอัตราการซื้อซ้ำบ่งบอกการใช้งานและสรรพคุณไวชัดเจนและหลากหลาย

จากการนำทฤษฎี 4P's มาใช้ร่วมกับกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดผลลัพธ์ดังนี้ ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานมีมูลค่าเพิ่มจากการที่ชุมชนกลุ่มยาหม่องเสลดพังพอนได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนภูมิปัญญาที่สามารถต่อยอดสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ในพื้นที่คัดเลือกระดับจังหวัด นำความรู้จากกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพเข้าเป็นตัวแทนอำเภอสารภี ในการคัดเลือกระดับจังหวัดเข้าสู่การสร้างมูลค่าสินค้าสู่ OTOP ณ เอือนราชพฤกษ์ สวนทิวชล จังหวัดเชียงใหม่

อีกทั้งเกิดการพัฒนาการปลูกพืชสมุนไพรสดพึ่งพอนโดยมีการปลูกพืชตัวอย่างไว้ยังศูนย์การเรียนรู้ในตำบลหนองผึ้ง ตำบลยางเนิ้ง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมให้ความรู้ด้านการปลูกและการแปรรูป ที่ผ่านมามีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ด้านสมุนไพร ณ ตำบลยางเนิ้ง โดยมีกลุ่มวิสาหกิจสดพึ่งพอนเป็นวิทยากรโดยมีผู้สนใจเข้าร่วมอบรมอย่างต่อเนื่องสร้างความรับรู้ ความเข้าใจ เกิดเป็นชุมชนต้นแบบในการเรียนรู้ของชุมชนจากกระบวนการมีส่วนร่วมในการวิจัย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยรูปแบบการประกอบการสินค้าแปรรูปเกษตรกลุ่มสมุนไพร ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจยาหม่องสมุนไพรสดพึ่งพอน ตำบลยางเนิ้ง ตำบลหนองผึ้ง ตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

ด้านส่วนประสมทางการตลาด สอดคล้องกับ สุชีรา ปลั่งประเสริฐ (2549) การวิจัยเรื่องขีดความสามารถและแนวทางการพัฒนาการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรใน 4 จังหวัดของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่าด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังไม่อยู่ในระดับที่ดีถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ผลิตและจำหน่ายจะเป็นที่ยอมรับของตลาดและผู้บริโภค สถานที่จัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในแหล่งชุมชนอาจจะเป็นศาลาอเนกประสงค์หรือที่ทำการชุมชนในห้องที่ที่กลุ่มผู้ผลิตตั้งอยู่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ใช้แผ่นพับในการประชาสัมพันธ์สินค้า กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ใช้วิธีการผลิตด้วยความชำนาญของสมาชิก เนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าภายในท้องถิ่น อีกทั้งสอดคล้องกับ ใจแก้ว แฉมเงิน (2555) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี” พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่สำคัญที่สุด คือ ความรู้สึกปลอดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ผลิตตามหลักภูมิปัญญา มีคุณสมบัติที่โดดเด่น มีความหลากหลาย มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม รongลงมา คือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยกลยุทธ์การตั้งราคา ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามต้นทุน สถานที่ตั้งร้านค้ามีความสะดวกในการซื้อ โดยการใช้กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ รักษาช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมและขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น ส่วนกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับ ธนภัท แสงอรุณ และคณะ (2557) โครงการ “การสร้างโซ่อุปทานระหว่างประเทศสำหรับสินค้าสถาบันเกษตรกรไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีผลิตภัณฑ์สมุนไพร” พบว่า ปัจจัยที่กั้นขวางไม่ให้สถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพพัฒนาเครือข่ายธุรกิจไปสู่ตลาดต่างประเทศ คือ ความสามารถในการสร้างจุดเด่น/นวัตกรรมที่ยังจำกัดและความร่วมมือระหว่างสถาบันเกษตรกรและหน่วยธุรกิจที่เป็นคนกลางที่ยังไม่ใกล้ชิดเพียงพอ ในขณะที่ภาควิชาการต้องช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและรัฐต้องอำนวยความสะดวกในการจดทะเบียน GI ในต่างประเทศให้มากขึ้นด้วย เพื่อสร้างความแตกต่างและตามสินค้าไทยให้โดดเด่น และสอดคล้องกับ น้ำทิพย์ วงษ์ประทีป (2550) การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีส่วเสริมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ” การ

พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการศึกษาพัฒนาสูตรส่วนผสมการผลิตมีสั่วจากพืชสมุนไพร โดยศึกษาด้านโภชนาการทางกายภาพเคมี และจุลินทรีย์ของมีสั่วสมุนไพร ที่ผ่านการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ใช้สมุนไพร 5 ชนิด ได้แก่ ใบเตยหอม แครอท ฟักทอง มันเทศและพริกไทย พบว่าการผลิตมีสั่วสูตรน้ำสมุนไพรที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคนำไปผลิตทางอุตสาหกรรมเพื่อการจำหน่าย ได้แก่ มีสั่วสูตรน้ำใบเตย มีสั่วสูตรน้ำแครอท และมีสั่วสูตรน้ำฟักทอง โดยมีสั่วทั้ง 3 สูตรมีค่าทางเคมี และจุลินทรีย์ผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีสั่ว มผช.307/2547

สรุป

การวิจัย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจที่คัดเลือกเข้ามาขับเคลื่อนงานนั้นมียุทธศาสตร์วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรสดพึ่งพอนเพียงแห่งเดียวที่ดำเนินการแปรรูปสินค้าเกษตรสมุนไพรเป็นยาหม่องอีกทั้งมีปัญหาด้านการความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและต้องการสร้างรายได้ให้กับชุมชน จึงจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถทางวิชาการเข้ามาช่วยเหลือ โดยเบื้องต้นมีการสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อศึกษาบริบททุนชุมชนเดิมและสภาพปัญหาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนก่อนการดำเนินงานโดยอาศัยเครื่องมือการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปตามแบบวิชาการของการทำธุรกิจซึ่งเบื้องต้นปรากฏว่าทางชุมชนยังไม่เคยจัดทำข้อมูลการบันทึกอย่างเป็นทางการจึงทำให้เกิดผลติดขัดกับตัวชุมชนในการเรียนรู้บริบทของตนเองร่วมกับทีมวิจัย ด้านการพัฒนาศักยภาพการประกอบการทางการเกษตรกลุ่มสมุนไพรนั้น จากบริบทที่ทำร่วมกันและปัญหาเบื้องต้นที่ต้องการแก้ไขคือการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดโดยมีการสำรวจความต้องการของตลาดเป้าหมายจึงมีการจัดทำแบบสอบถามโดยอาศัยเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ยาหม่องโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยสอบถามกับผู้ที่ใช้ยาหม่องเป็นประจำจำนวน 155 คน ผลที่ได้จึงนำมาพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์โดยอาศัยผู้มีความรู้ความสามารถเข้ามาเป็นวิทยากรผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับบริบทและความต้องการให้กับชุมชนโดยพัฒนาศักยภาพการประกอบการทางการเกษตรกลุ่มสมุนไพรโดยอาศัยปราชญ์ชุมชนที่เป็นแกนนำกลุ่มเป็นผู้ขับเคลื่อนงานและมีการเพิ่มมูลค่าสินค้าสินค้าแปรรูปทางการเกษตรของชุมชนโดยการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. บริบทแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันการนำผลวิจัยไปใช้นั้นต้องมีการปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มที่ตนศึกษา โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จอยู่ที่ความไว้วางใจและตั้งใจในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

2. การใช้เครื่องมือในการวิจัยต้องมีการปรับปรุงแบบไปตามบริบทของชุมชนเพื่อให้ได้ผลของการวิจัยที่ตรงกับกลุ่มมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจงานด้านสมุนไพรสามารถนำงานวิจัยไปต่อยอดศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเกิดการวิจัยได้อีกหลายหลายรูปแบบ
2. ควรมีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการจำหน่ายในห้างร้านเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ใจแก้ว แถมเงิน. (2555). การศึกษาเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ชนภัท แสงอรุณ และคณะ. (2557). โครงการการสร้างโซ่อุปทานระหว่างประเทศสำหรับสินค้าสถาบันเกษตรกรไทย. วารสารคนสหกรณ์. 6(23) (มีนาคม-พฤษภาคม 2557).
- น้ำทิพย์ วงษ์ประทีป. (2550). การพัฒนามีส้มเสริมสมุนไพรเพื่อสุขภาพ. คณะเทคโนโลยีการเกษตรและอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. รายงานการวิจัยสำนักงานกรรมการการอุดมศึกษา.
- สุชีรา ปลั่งประเสริฐ. (2549). ชีตความสามารถและแนวทางการพัฒนาการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรใน 4 จังหวัด. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.