

บทคัดย่อ

งานวิจัยในโครงการ“แปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวและธัญพืชอินทรีย์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตปุ๋ยอินทรีย์และข้าวอินทรีย์บ้านคำครตา ตำบลดงมะไฟ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดยโสธร” นี้มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปุ๋ยอินทรีย์และข้าวอินทรีย์บ้านคำครตาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน 2.เพื่อศึกษากระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวและธัญพืชอินทรีย์ 3.เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากข้าวและธัญพืชอินทรีย์ 4.เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ข้าวและธัญพืชอินทรีย์ในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปุ๋ยอินทรีย์และข้าวอินทรีย์บ้านคำครตา สามารถสรุปผล ดังนี้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาด แนวโน้มตลาดอินทรีย์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตจังหวัดยโสธร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 300 คน รวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตามสะดวกทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ด้วยแบบสอบถามตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ร้อยละ การวิเคราะห์ปัจจัยการบริโภค ผลการศึกษา ปรากฏว่า ผู้บริโภคมีความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากกว่าเรื่องราคา ผู้บริโภคส่วนมากจะซื้อรับประทานเอง ขนม ข้าวเกรียบ แต่กลุ่มเป็นข้าวตังผงขงต้ม การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถสกัดปัจจัยได้ 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านคุณประโยชน์ 2) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3) ปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อ โดยปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยนี้ มีเพียงปัจจัยด้านมีประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผ่านมาผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจทำผลิตภัณฑ์ ผงขงต้มข้าวฮางอกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากในหัวข้อผงขงต้ม จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเน้นคุณประโยชน์ของสินค้ามากกว่าราคา ทำให้เห็นทั้งทางด้านพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเชิงคุณภาพกลุ่มได้ทำข้าวตังและข้าวเม่านามาทดลองตลาดกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 290 คน ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ทำให้มีความต้องการของตลาดและมีกลุ่มผู้มาสนับสนุนเพื่อให้ง่ายต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายความสะดวกในการซื้อ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 290 คน สนใจข้าวตังและข้าวเม่าเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือผงขงต้มข้าวฮางอก จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเน้นคุณประโยชน์ของสินค้ามากกว่าราคา ทำให้ทีมวิจัยนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จึงได้มาเป็นผลิตภัณฑ์ผงขงต้ม ข้าวตังและข้าวเม่า ที่ตรงตามความต้องการของตลาดและมีกลุ่มผู้มาสนับสนุน เพื่อให้ง่ายต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายความสะดวกในการซื้อ

จากการที่กลุ่มได้ส่งเสริมกลุ่มสมาชิกกลุ่มเข้าอบรมเพื่อสร้างนักการตลาด เมื่อส่วนราชการมีการอบรมเพื่อส่งเสริมสร้างศักยภาพหรือเพิ่มความสามารถด้านการตลาด กลุ่มก็จะส่งทีมรับผิดชอบด้านกาตรตลาด คือนางพูลทรัพย์ ทองเกา นางซาริฎา พันธะมา น.ส.พิชญ์ญา พันธศรี น.ส.ณฐา เกียรติเรือง เข้ารับการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ความสามารถทักษะด้านการตลาดและผลจากการเข้ารับการฝึกอบรม กลุ่มมีตลาด เครือข่าย

เพิ่มขึ้น เช่น ครัวธรรมชาติที่ปลูกพืชข้าว ออเดอร์ข้าวตั้งหีบห่อแพรรันคุณย่า และกลุ่มจะมีคู่ค้า ภาคีเครือข่ายเพิ่มขึ้นได้อีกช่องทาง

เพื่อให้เกิดซึ่งความรู้และทักษะความเชี่ยวชาญในการแปรรูปข้าวฮางอก ข้าวตั้งหีบห่อแพรรัน ข้าวเม่า จึงได้มีการจัดกิจกรรมขึ้นในวันที่ ก่อนที่จะมีการทดลองแปรรูปข้าวฮางอกก็ได้มีการช่วยกันหาข้อมูลวัตถุดิบ แต่ละชนิด และได้มีการคำนวณส่วนผสมของข้าวฮางอกแต่ละชนิดจึงจะต้องลดอัตราส่วนของงาลงให้เหลือ 1 กก.ถั่วเขียวใช้ 2 กก.ข้าวเม่า 105 ปริมาณ 7 กก. ข้าวตั้งหีบห่อแพรรัน ปริมาณ 7 กก. เป็นข้าวฮางอกสูตรที่ดีมี ง่ายเหมาะกับผู้สูงอายุผู้ป่วยหรือกลุ่มคนรักสุขภาพ ข้าวเม่ากลุ่มวิจัยได้ทดลองสูตรที่จะทำให้ข้าวเม่าคลุกมี รสชาติ สีส กลิ่นที่ใกล้เคียงกับข้าวเม่าในฤดูกาล โดยอัตราส่วนดังนี้ ข้าวเม่าแห้ง น้ำตาล กะทิ แกล้ม มะพร้าว ชูด น้ำมะพร้าว ใบเตย งา ในส่วนของข้าวตั้งหีบห่อแพรรันได้ทดลองทำซ้ำจนเกิดเป็นสูตรที่เหมาะสมกับผู้บริโภค และง่ายต่อกระบวนการผลิต ทำให้ทีมวิจัยได้เกิดการจัดการองค์ความรู้ที่ทำให้เกิดเป็นทักษะที่ผ่าน กระบวนการคิดวิเคราะห์ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อกลุ่ม