

## การสร้างนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมทุ่งหมู่บ้านหัวดอนเพื่อสร้างเศรษฐกิจแบบ ยั่งยืน

### Creating innovative and value-added Hom Tung Rice of village Ban Hua Don to create a sustainable economy

นางสาววันวิสา มากดี<sup>1</sup>

พิมกต์ สมชอบ<sup>2</sup>

นางสาวอัญญาณี อดทน<sup>3</sup>

นางสาววิรินดา สุทธิพรหม<sup>3</sup>

และนายพัฒนศักดิ์ ปทุมวัน<sup>4</sup>

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) มีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างนวัตกรรมเพิ่มมูลค่าและหารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ข้าวหอมทุ่งหมู่บ้านหัวดอนอย่างยั่งยืน โดยเน้นกระบวนการอบรมเชิงปฏิบัติการที่ในการคิด วางแผน ปฏิบัติ และประเมินผล ทั้งนี้ที่วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยที่หลากหลายทั้งการระดมความคิดเห็น การพูดคุย การสัมภาษณ์ การสอบถาม และการอบรมเชิงปฏิบัติการในการแปรรูป ผลการวิจัยพบว่า ระหว่างการดำเนินงานชุมชนมีการเรียนรู้ แลกเปลี่ยน จนนำมาสู่กระบวนการคิดค้นพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปข้าวหอมทุ่งให้กลายเป็นขนมข้าวตอกธัญพืช และขนมข้าวตอกตั้ง นอกจากนี้จะแปรรูปเป็นอาหารแล้วยังมีการพัฒนาให้ข้าวหอมทุ่งสามารถนำมาเป็นของชำร่วยหรือของที่ระลึก และจากการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคที่ให้ข้อมูลทั้ง 40 คน ต่างให้การยอมรับในผลิตภัณฑ์ทั้งด้านรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 87.5 และราคาที่ถูก คิดเป็นร้อยละ 12.5 ซึ่งถือได้ว่ากระบวนการพัฒนาได้สร้างเอกลักษณ์และเพิ่มศักยภาพในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนเพราะคนในชุมชนช่วยกันคิด แก้ไขและพัฒนาาร่วมกัน

**คำสำคัญ:** ข้าวหอมทุ่ง, การสร้างนวัตกรรมเพิ่มมูลค่า, เศรษฐกิจแบบยั่งยืน

#### Abstract

This research is Participatory Action Research : PAR and it aims to 1) creating innovative and value-added and searching the potentiality model of Hom Tung Rice products of village Ban Hua Don to create a sustainable economy. The research is focused on the workshop process. The community is involvement in thinking, planning, doing and checking. The researcher team uses the variety materials for this research; brain storming, talking (focus group process), interview, questionnaire and workshop.

The results are as follow; during the operation, the community is learned and exchanged their knowledge until become to the process of creating and developing innovative of Hom Tung Rice transforming to Khanom Khao Too Thanyapued and Khanom Khao Tung. In addition to food processing, the community develop Hom Tung Rice into the great souvenirs. The data showed

<sup>1</sup> อาจารย์สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

<sup>2</sup> อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

<sup>3</sup> อาจารย์ สาขาวิชาบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

<sup>4</sup> อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

that the consumers behavior; the 40 consumers information were accepted in the taste products is 87.5 percent. The prices are cheap is 12.5 percent. Which are that the development process has created a unique and enhance the economic strength to build a sustainable community. Because of the people in the community are co-creating, co-solving and co-developing.

**Keywords:** Hawm Thung, Innovation adds value, Economic sustainability

## บทนำ

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางด้านภูมิศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ประชาชนโดยทั่วไปประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก มีพื้นที่ที่ใช้ในการเกษตรทั้งสิ้น 6,034,170 ไร่ คิดเป็น ร้อยละ 51.07% ประกอบกับมีสภาพทางด้านภูมิศาสตร์เหมาะสำหรับการทำการเกษตร เพราะเป็นพื้นที่ราบลุ่มและมีแม่น้ำที่สำคัญ 2 สาย คือ แม่น้ำมูลและแม่น้ำชี ส่งผลให้ได้รับการส่งเสริมการทำการเกษตรในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี อำเภอเชียงในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นอำเภอที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นเขตพื้นที่ราบลุ่มในจังหวัดอุบลราชธานี ใกล้เคียงบริเวณแหล่งน้ำซึ่งเป็นพื้นที่เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูก โดยอำเภอเชียงในแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 18 ตำบล 183 หมู่บ้าน โดยอาชีพส่วนใหญ่ของประชาชนประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม (มูมการจัดการความรู้ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี, 2556) ตำบลหัวดอน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย 11 หมู่บ้าน การประกอบอาชีพส่วนมากมีดังนี้ หมู่ 1 และ 2 มีการผลิตและจำหน่ายข้าวหอมทุ่ง และข้าวหอมมะลิ หมู่ 3 มีการผลิตและจำหน่ายมันแกว หมู่ 4 การผลิตและจำหน่ายมะพร้าวและวุ้นมะพร้าว หมู่ 5 และ 11 การผลิตและจำหน่ายยางพารา และแปรรูปยางพารา หมู่ 6,7,10 มีการผลิตและจำหน่ายข้าว กข. และสวนยางพารา: อาชีพเสริมที่ อบต. หัวดอน คือ ทำขนม ทอเสื่อ เย็บผ้า ปลูกผัก ถั่วลิสง พริก ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ เป็นต้น (องค์การบริหารส่วนตำบลหัวดอน, 2556)

โดยตำบลหัวดอน ในหมู่ 1 และ 2 ประชาชนส่วนมากที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมส่วนใหญ่ทำนาปลูกข้าว โดยเฉพาะข้าวเหนียวที่มีชื่อเสียงและมีลักษณะโดดเด่นของชาวบ้านหัวดอนในหมู่ 1 และ 2 ได้แก่ ข้าวหอมทุ่ง ซึ่งเป็นข้าวที่ปัจจุบันมีเพาะปลูกในพื้นที่บ้านหัวดอน อำเภอเชียงใน เป็นพื้นที่หลัก และอำเภอรอบข้างเพียงบางแห่ง ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเป็นชื่อที่เรียกมา ตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยเฉพาะเวลาที่ข้าวออกดอกจะหอม ออवलไปทั่วทุ่งนาจนชาวบ้านเรียกว่า “ข้าวหอมทุ่ง” เวลาที่เอาไปนึ่งก็หอมเช่น เดียวกัน ยิ่งเอาไปทำเป็นข้าวเม่าจะเป็นที่นิยมของตลาดมาก” อายุการเก็บเกี่ยวสั้น มีความต้านทานโรคและแมลง การเจริญเติบโตและให้ผลผลิตดีในน้ำท่วม ซึ่งเป็นสินค้าทางการเกษตรที่สามารถสร้างความสนใจแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีเพราะข้าวมีลักษณะเด่นที่แตกต่าง (เสถียรฉันทะ, 2551)

โดยปกติแล้วการปลูกข้าวของประชาชนในบ้านหัวดอน หมู่ 1 และ 2 ทำการปลูกข้าวประมาณ 200 ครัวเรือน ใช้พื้นที่โดยประมาณ 500 ไร่ โดยชนิดข้าวที่นิยมทำการปลูก ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ และข้าวหอมทุ่ง สาเหตุที่ปลูกข้าว 2 ชนิด เนื่องจากพื้นที่บริเวณบ้านหัวดอน 1 และ 2 มีพื้นที่เป็นที่ลุ่มที่มีน้ำท่วมทุกปีในช่วงฤดูฝน ส่งผลให้ต้องมีการวางแผนในการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ข้าว ทั้ง 2 ชนิด โดยนิยมปลูกข้าวหอมทุ่งในช่วงฤดูฝนเนื่องจากลำต้นมีสูงน้ำท่วมได้ไม่หมดส่งผลให้มีผลผลิตเหลือเก็บเกี่ยว ซึ่งการปลูกข้าว เกษตรกรมีการปลูกเพื่อการบริโภค และปลูกเพื่อการขาย สัดส่วนการปลูกไม่ชัดเจน แต่ละครัวเรือนปลูกเพื่อการบริโภค และการขาย ไม่เท่ากัน

พื้นที่ดังกล่าวมีบริบทของปัญหาที่มีความน่าสนใจ ดังนี้ 1) เนื่องจากเกษตรกรบ้านหัวดอนหมู่ 1 และ 2 มีพื้นที่อยู่ในเขตพื้นที่การวิจัยยุทธศาสตร์จังหวัดอุบลราชธานีที่มีโครงการจัดตั้งอุทยานบึงบัวอุบล 2) ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมทุ่งมีประวัติ และมีความโดดเด่น โดยเฉพาะพื้นที่เพาะปลูกมีปัญหา น้ำท่วมบ่อย 3) ความพิเศษของพันธุ์ข้าวหอมทุ่ง ถือเป็นพืชเศรษฐกิจของชุมชนที่ปลูกมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ โดยเฉพาะคุณสมบัติที่เป็นพันธุ์ข้าวเหนียว มีเมล็ดใหญ่ มีกลิ่นหอม ลำต้นสูง สามารถหนีน้ำท่วมในพื้นที่เพราะปลูกได้ และ 4) ชุมชนมีความต้องการในการช่วยแก้ไขปัญหาการค้าข้าวหอมทุ่งมีราคาต่ำ ทั้งที่มีผู้รับซื้อสินค้านำไปผลิตอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันกลุ่มชาวบ้านนำโดยผู้นำชุมชน หมู่บ้านหัวดอนหมู่ 1 และหมู่ 2 ได้มีการจัดตั้งรวมกลุ่ม สมาชิกผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งบ้านหัวดอนหมู่ 1 และหมู่ 2 เป็นที่เรียบร้อย และได้มีการกำหนดโครงสร้างขององค์กรประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ ฝ่ายวางแผนการผลิต ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ และฝ่ายการตลาด ซึ่งในระยะแรกเริ่ม ได้มีการวางแผนการกำหนดราคาข้าวเหนียวหอมทุ่ง กับกลุ่มผู้รับซื้อจากจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผลปรากฏว่า ได้ราคาตามที่กลุ่มสมาชิกต้องการ และทั้งนี้ที่มิวิจัย ได้มีการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานกระบวนการแปรรูปสินค้าจากข้าวหอมทุ่งที่จังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้น จากการดำเนินการวิจัยข้างต้น ที่มิวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ จึงพบว่าสามารถดำเนินการวิจัยได้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้(พิมพ์ดี สมชอบและคณะ, 2557)

จากเหตุผลดังกล่าว คณะที่มิวิจัย จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินการวิจัยต่อเนื่องจาก กลุ่มและพื้นที่เป้าหมายเดิมได้แก่ กลุ่มสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งบ้านหัวดอนหมู่ 1 และ หมู่ 2 ในหัวข้องานวิจัย “การสร้างนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมทุ่งหมู่บ้านหัวดอนเพื่อสร้างเศรษฐกิจแบบยั่งยืน” เนื่องจากหลังจากที่ทีมงานวิจัยได้ทำการสังเกต และวิเคราะห์ความต้องการของสมาชิกเกษตรกร หลังจากดำเนินการรวมกลุ่มสมาชิก และได้ไปศึกษาดูงานการแปรรูปสินค้า พบว่า สมาชิกส่วนรวมมีความต้องการพัฒนาหรือแปรรูปสินค้าจากข้าวหอมทุ่งเป็นสินค้าในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และที่สำคัญมีพื้นที่ติดกับเส้นทางจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงในการจำหน่ายมะพร้าว น้ำหอมบ้านท้าวารี สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้เป็นอย่างดี ตลอดจนที่มิวิจัยพบว่าพื้นที่ของหมู่บ้านหัวดอน เป็นพื้นที่ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาลในการส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวรอบอุทยานบึงบัว จากเหตุผลข้างต้นนี้จึงทำให้คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงศักยภาพในการเป็นส่วนหนึ่งในการทำการวิจัยเพิ่มเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน จากผลิตภัณฑ์ข้าวท้องถิ่น ภายใต้หัวข้องานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นข้าวหอมทุ่งหมู่บ้านหัวดอนเพื่อสร้างเศรษฐกิจแบบยั่งยืน

### วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อ

1. เพื่อการสร้างนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมทุ่งหมู่บ้านหัวดอน
2. เพื่อหารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นข้าวหอมทุ่งเพื่อสร้างเศรษฐกิจแบบยั่งยืน

### แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

#### การบริหารจัดการและการจัดการ

จากแนวคิดของ(วันชัย เลิศฤทธิ, 2555) พบว่า การส่งเสริมกระบวนการทำงานร่วมกันของชุมชนในระดับหมู่บ้าน ตำบล ที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ชาวบ้านได้เกิดกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้ด้วยการใช้ข้อมูล ส่งผลให้การคิดวิเคราะห์เป็นระบบมากขึ้นและตระหนักในการพัฒนาสถานการณ์ ต่างๆ ทั้งการบริโภค การออม และการผลิต เกิดความร่วมมือของสมาชิกในครอบครัวและพฤติกรรมร่วมของชุมชน

#### การสร้างมูลค่าเพิ่ม

จากข้อมูลของ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2556) อธิบายว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ลักษณะ ได้แก่ 1) Value Creation หรือ การสร้างสรรค์คุณค่าลงในผลิตภัณฑ์ 2) Value Added หรือ มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น 3) Value Chain หรือ ห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม และ 4) Supply Chain หรือ ห่วงโซ่อุปทาน

#### การตลาด

จากแนวคิดของ (Etzel, Walker and Stanton, 2001) อธิบายว่า การตลาดเป็นระบบกิจกรรมธุรกิจทั้งหมดที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะวางแผน กำหนดราคา ส่งเสริมและจัดจำหน่าย ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

#### นวัตกรรม

จากแนวคิดของ (Smith, 1986) กล่าวถึงนวัตกรรมว่าหมายถึงกลไกการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ เทคนิควิทยาการใหม่หรือพฤติกรรมใหม่ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและวิวัฒนาการทางสังคมการกำเนิดของนวัตกรรมจะขึ้นอยู่กับ การสร้างสรรค์ของมนุษย์และขณะเดียวกันก็ขึ้นอยู่กับ การเปิดรับของชุมชนที่จะยอมรับหรือลอกเลียนผลผลิตของการสร้างสรรค์เหล่านั้น

#### การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

จากแนวคิดของ (สุภางค์ จันทวานิช, 2531) กล่าวไว้ว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการวิจัยที่นำแนวคิด 2 ประการมาผสมผสานกันคือการปฏิบัติการ (Action) ซึ่งหมายถึงกิจกรรมที่โครงการวิจัยจะต้องดำเนินการ และคำว่า การมีส่วนร่วม (Participation) อันเป็นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของทุกฝ่ายที่เข้าร่วมกิจกรรมวิจัยในการวิเคราะห์สภาพปัญหาหรือสถานการณ์อันใดอันหนึ่ง แล้วร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินการ จนกระทั่งสิ้นสุดการวิจัย โดยมีความหมายถึง วิธีการที่ให้ผู้ถูกวิจัยหรือชาวบ้าน เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัย เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมวิจัย นับตั้งแต่การระบุปัญหาของการดำเนินการ การช่วยให้ข้อมูลและการช่วยวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนช่วยหาวิธีแก้ไขปัญหาหรือส่งเสริมกิจกรรมนั้น ๆ

#### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเชิงคุณภาพแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ระยะเวลาการวิจัยทั้งหมด 1 ปี มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษาริวิจัย

##### แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล

- 1) ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ บทความ ตารา เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยเกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมทุ่งเพื่อนามาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและประเด็นต่างๆ
- 2) ศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง ซึ่งประกอบด้วย
  - 2.1) สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตข้าวหอมทุ่ง เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลหัวดอน บ้านหัวดอน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี
  - 2.2) กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผลิตขนมจากกลุ่มข้าวหอมทุ่ง โดยเก็บข้อมูลจากการสอบถามแบบสุ่ม จำนวนกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผลิตขนมจากกลุ่มข้าวหอมทุ่ง จำนวน 40 ราย

### ขอบเขตพื้นที่วิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ทีมวิจัยได้เลือกใช้พื้นที่เป้าหมายคือ หมู่บ้านหัวดอน หมู่ 1 และหมู่ 2 ตำบลหัวดอน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี เป็นพื้นที่วิจัย ด้วยเหตุผลคือ หมู่บ้านหัวดอน หมู่ 1 และหมู่ 2 เป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากชาวบ้านในชุมชนนิยมปลูกข้าวเหนียวหอมทุ่งเป็นจำนวนมาก เป็นพันธุ์ข้าวที่มีเพาะปลูกที่พื้นที่นี้ที่เดียวไม่มีในพื้นที่อื่น และพันธุ์ข้าวมีลักษณะพิเศษที่มีลำต้นยาว เมล็ดใหญ่ และมีกลิ่นหอม เป็นผลให้มีกลุ่มพ่อค้ามีการรับซื้ออย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปแปรรูปเป็นสินค้าใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งที่เกิดขึ้นจากผู้นำชุมชน และชาวบ้าน ที่พร้อมที่จะให้ความร่วมมือและตระหนักถึงความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมองเห็นถึงศักยภาพของชุมชนบ้านหัวดอนหมู่ที่ 1 และหมู่ที่ 2 ในเรื่องของการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมทุ่ง โดยการนำเอาวัตถุดิบที่มีอยู่ภายในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ร่วมกันกับข้าวหอมทุ่งเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ

### ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ มีขอบเขตเนื้อหาในการศึกษา คือ ข้อมูลทางการตลาด การสร้างนวัตกรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมทุ่ง

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทีมวิจัยมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย เริ่มตั้งแต่ เดือน ตุลาคม 2558- กันยายน 2559

### เครื่องมือและการเก็บข้อมูล

การสร้างเครื่องมือ

การวิจัยในครั้งนี้ มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

- 1) ทีมวิจัยศึกษาหลักการและวิธีการสร้างเครื่องมือจากเอกสาร แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2) ทีมวิจัยศึกษาตัวอย่างเครื่องมือจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่ม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
- 3) ทีมวิจัยศึกษาและสร้างเครื่องมืออื่นๆ เช่น บันทึกภาคสนาม แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการประชุมทีมวิจัย
- 4) ทำการสรุปปัญหาอุปสรรคในการสัมภาษณ์ การตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้อง การจดบันทึก การจัดเก็บข้อมูล และหาแนวทางการดำเนินการที่เหมาะสม

วิธีการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จึงมีหลากหลายวิธี ดังนี้

1. สังเกต (Observation) ทีมวิจัยได้ใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และเทคนิคการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ทั้ง 2 แบบควบคู่กันไป ในขณะที่ทำการวิจัย ดังนี้
  - 1) วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เช่น การสังเกตการณ์การแสดงความคิดเห็นของการแบ่งกลุ่มย่อยในชุมชน การแสดงความคิดเห็นนอกรอบของผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ
  - 2) วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เช่น การร่วมแสดงความคิดเห็นในเวทีประชาคม ความพร้อมเพรียงในการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรม

2. การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ(Formal Interview) ที่มิวิจัยมีแนวประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งในชุมชนที่เป็นคำถามแบบเดียวกัน
3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)ที่มิวิจัยใช้วิธีการนี้ในการเก็บข้อมูลกลุ่ม โดยใช้กลุ่มที่มีขนาดเล็ก มีความสัมพันธ์กัน เช่น กลุ่มพ่อค้าคนกลางเดียวกัน เครือญาติกัน กลุ่มที่รับผิดชอบหน้าที่คล้ายกัน ขนาดกลุ่มมีประมาณ 4-5 คน
4. การดำเนินการแปรรูปสินค้า ด้วยข้าวหอมทุ่ง โดยใช้สถานที่ดำเนินการแปรรูปสินค้า ณ เทคโนโลยีการอาหาร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
5. จัดประชุมกลุ่มร่วมกันเพื่อสรุป เรียบเรียงและสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาโดยให้กลุ่มย่อยแต่ละกลุ่มช่วยกันเรียบเรียงข้อมูลแล้วนำข้อมูลมาสังเคราะห์ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน จากนั้นจึงจะนำเสนอข้อมูลเหล่านั้นกลับสู่สมาชิกที่มิวิจัยเพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำไปเผยแพร่ต่อไป
6. การบันทึกภาพและเสียง ใช้ในการถอดข้อความจากการสัมภาษณ์ การพูดคุยของที่มิวิจัย เพื่อความสะดวกในการประมวลผลข้อมูลหลังจากการแปรรูปสินค้าเสร็จสิ้น

### สรุปผลการวิจัย

#### 1) ผลการศึกษาการสร้างนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมทุ่งหมู่บ้านหัวดอนเพื่อสร้างเศรษฐกิจแบบยั่งยืน พบว่า

หลังจากได้มีการสัมภาษณ์ สนทนา และขอข้อมูลจากตัวแทนสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว คณะที่มิวิจัย และตัวแทนสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งบ้านหัวดอนหมู่ 1 และหมู่ 2 ได้ดำเนินการไปทดสอบการแปรรูปสินค้า ณ สาขาวิชาการแปรรูปอาหาร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ซึ่งสมาชิกได้ทำการศึกษา และเรียนรู้ การแปรรูปข้าวหอมทุ่ง เป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทขนม ซึ่งสามารถจำหน่ายออกเป็นการศึกษาและผลลัพธ์ที่ได้ดังนี้

การสร้างนวัตกรรมจากข้าวหอมทุ่ง สามารถแปรรูปเป็นอาหารประเภทขนม ได้แก่

- 1) ข้าวตูธัญพืช
- 2) ข้าวตอกตั้ง

นอกจากนั้นแล้วในการวิจัยยังให้กลุ่มผู้แปรรูปข้าวหอมทุ่งทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ทำการพัฒนาขึ้นมาใหม่ โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 75.0 มีอายุอยู่ในช่วง 30- 39 ปี มากที่สุด ผู้บริโภคทั้ง 40 ราย ชอบบริโภคข้าวตูธัญพืชและข้าวตอกตั้ง คิดเป็นร้อยละ 87.5 ไม่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และให้เหตุผลในการบริโภคว่าขนมทั้งสองชนิดมีรสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 87.50 และมีราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 45.00

การเพิ่มมูลค่าจากผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปได้ใหม่นั้น ทางคณะวิจัยได้ทำการเสนอแนะในการให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปได้ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีความสวยงามและมีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 1 สมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งฝึกอบบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมทุ่งเป็นสินค้าสำเร็จรูป



ภาพที่ 2 สินค้าประเภทขนมชนิดต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการแปรรูปข้าวหอมทุ่ง

## 2) ผลการศึกษาการหารูปแบบการบริหารจัดการการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นข้าวหอมทุ่งหมู่บ้านหัวดอนพบว่า

จากการที่สมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งได้ดำเนินการฝึกปฏิบัติการแปรรูปสินค้า กลุ่มสมาชิกฯ ได้มีการวางแผนในการเพิ่มแผนกในกลุ่มสมาชิก 2 แผนก ได้แก่ แผนกการผลิตสินค้า และแผนกการตลาด โดยแผนกการผลิตสินค้า มีสมาชิก 8 คน ในการทำการวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากการนำข้าวหอมทุ่งมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อการจัดจำหน่ายในชุมชน และสำหรับนักท่องเที่ยวและบุคคลที่สนใจโดยให้แผนกการตลาด ดำเนินการวางแผนการขาย ปรีกษาร่วมกับทีมคณะวิจัยคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ เพื่อสร้างโอกาสในการขายในอนาคต



ภาพที่ 4 บรรยายภาคสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกข้าว  
หอมทุ่งนำผลิตภัณฑ์ตัวใหม่นำเสนอในงานวิจัย

#### การอภิปรายผล

##### แนวความคิดด้านนวัตกรรมและ แนวความคิดด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม

กลุ่มเกษตรกรข้าวหอมทุ่งได้สร้างนวัตกรรมให้กับข้าวหอมทุ่งเพื่อเพิ่มมูลค่าของข้าวหอมทุ่ง โดยการแปรรูปข้าวหอมทุ่งให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ แบ่งเป็น 2 แนวทางในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมทุ่งเพื่อให้เกิดนวัตกรรมกับข้าวหอมทุ่ง คือ 1) การแปรรูปข้าวหอมทุ่งเป็นอาหารและขนม คือ ขนมข้าวตอกตั้ง ขนมข้าวตอกตั้ง โดยได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบโลโก้ สัญลักษณ์ ข้าวหอมทุ่งให้สวยงาม มีความหมาย สื่อถึงท้องทุ่งนา เมล็ดพันธุ์ข้าวหอมทุ่ง กล่อมใส่ขนมให้มีความสวยงาม นำรับประทาน สามารถวางจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้า ในชุมชน ร้านขายของฝาก ร้านกาแฟ หรือร้านขนมต่างๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งการแปรรูปข้าวหอมทุ่งเป็นขนมข้าวตอกตั้ง ทางกลุ่มเกษตรกรกำหนดราคาขายอยู่ที่ประมาณ 25 – 30 บาท/ชิ้น เพื่อให้ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และกำหนดราคาที่ไม่สูงเกินไปจากท้องตลาดเพื่อทดลองสินค้าในตลาดกับการตอบรับจากผู้บริโภค 2) การแปรรูปข้าวหอมทุ่งเป็นของชำร่วย โดยนำเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมทุ่ง ข้าวเปลือกมาบรรจุใส่ในตระกร้าไม้ไผ่สานให้มีความสวยงาม มีการอบควันเพื่อฆ่ามอดแมลงต่างๆ ก่อนบรรจุใส่ในถุงพลาสติกใส แล้วนำไปบรรจุใส่ในถุงผ้าแก้วสีเหลืองเพื่อความสวยงาม สามารถนำไปใช้เป็นของชำร่วยในงานแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ งานบุญต่างๆ ได้ตามความเหมาะสมและโอกาส ซึ่งกลุ่มเกษตรกรข้าวหอมทุ่งกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ข้าวหอมทุ่งแปรรูปเป็นของชำร่วย จำหน่ายในราคา 12 – 15 บาท/ชิ้น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมทุ่ง บ้านหัวดอน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี สอดคล้องกับแนวคิดศุภชัย หล่อโลหการ, ฤกษ์พงศ์ พรหมชาติ และปัทมาวดี พัวพรหมยอด (2553 : 43) ที่ได้กล่าวว่า นวัตกรรม (innovation) เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นแนวทางหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับข้าวได้ โดยที่นวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต (Process Innovation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวทาง หรือวิธีการผลิตสินค้าหรือบริการ ให้มีรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technology Process Innovation) เป็นการนำเทคโนโลยีแบบใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น หรือช่วยลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และอีกประการคือ นวัตกรรมด้านกระบวนการทางองค์กร (Organizational Process Innovation) เป็นการนำกระบวนการที่คิดขึ้นซึ่งอาจเกิดจากการลองผิดลองถูก หรือเรียนรู้ทดลองทำด้วยตนเองมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการให้สูงขึ้น และงานวิจัยของ ชัตติยา วิสารรัตน์ (2549 : 8 -13) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการบริโภคด้วยอารมณ์ (Mood Consumption) ไว้ว่า



หลังจากต้นศตวรรษที่ 21 ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีความซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลให้เกิดมิติใหม่ทางการตลาด คำจำกัดความของผู้บริโภคไม่สามารถอธิบายด้วยวิถีคิดแบบเดิมตามสถานะทางประชากรศาสตร์ได้อีกต่อไป เป็นเหตุให้ต้องทำความเข้าใจผู้บริโภคในทางสังคม จิตวิทยา และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงตามอารมณ์ ต่อมาพัฒนาเป็น ทฤษฎีการบริโภคด้วยอารมณ์ เป็นยุคที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการเพื่อตอบสนองอารมณ์ และความพึงพอใจของตัวเองมากกว่า การคำนึงถึงแต่คุณภาพและราคาของสินค้า และแนวคิดการสร้างรูปแบบนวัตกรรม A ถึง F ของ (Trias de Bes and Kotler, 2011) ได้อธิบายไว้ว่า หน่วยงานใดก็ตามที่ต้องการสร้างนวัตกรรมจำเป็นต้อง กำหนดบทบาทในการทำงานให้เหมาะสม เมื่อได้กำหนดเป้าหมาย ทรัพยากร และวันสิ้นสุดแล้ว ให้กลุ่มคนใน บทบาทต่างๆ ทำงานอย่างอิสระเพื่อสร้างนวัตกรรมนั้นขึ้นมา โดยบทบาทด้านต่างๆ ได้แก่ ผู้ริเริ่ม (Activators) ผู้รวบรวมข้อมูล (Browsers) ผู้สร้างสรรค์แนวคิด (Creators) ผู้พัฒนา (Developers) ผู้ดำเนินการ (Executors) และผู้อำนวยความสะดวก (Facilitators) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ตระกูลโชคอำนวย (2558 :65) ที่ ศึกษางานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการผลิตข้าว การแปรรูปข้าว และการค้าข้าวในประเทศไทย สรุปได้ว่า ผู้บริโภคข้าว เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม โดยที่กระบวนการซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวของกลุ่มผู้บริโภคคนเมืองมี 5 ขั้นตอน คือ การกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ข้าว การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ข้าว การตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อ ในขณะที่ช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ แลกเปลี่ยน และพัฒนาวัตกรรม เห็นได้จากการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ในร้านค้าปลีกทันสมัย ห้างสรรพสินค้า และร้าน สะดวกซื้อแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมที่ผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ได้เรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงการออกร้าน และการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว คือ การเปลี่ยนความต้องการของผู้บริโภคให้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ แบ่งออกเป็น 2 กระบวนการหลักคือ กระบวนการเพิ่มคุณค่า (value – Mind) เป็น แนวทางในการสร้างนวัตกรรมข้าวขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านจิตใจของผู้บริโภค เริ่มจากชานาเป็น ผู้สร้างขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทย ส่งผ่านองค์ความรู้เหล่านี้มาในรูปแบบของภูมิปัญญาให้กับ ชานารุ่นหลัง ภูมิปัญญาของชานาถือได้ว่าเป็นการสร้างนวัตกรรมเพราะเป็นกระบวนการที่พัฒนาความคิด หรือ วิธีการให้ดีขึ้นกว่าเดิม ภูมิปัญญาทำให้เกิดอัตลักษณ์การผลิตข้าวของชานามีความแตกต่างกัน โดยทั่วไปแบ่งตาม ภูมิภาค ได้แก่ วัฒนธรรมของชานาภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้ แต่ในปัจจุบันมีการระบุอัตลักษณ์ ของพื้นที่การผลิตข้าวให้แคบลงเป็นระดับจังหวัด หรือชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลผลิตเพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น ในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวได้นำแนวคิดเรื่องการเพิ่มคุณค่าดังกล่าว มาพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การขึ้นทะเบียนข้าวพันธุ์พื้นเมือง เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) การผลิตข้าวอินทรีย์ (Organic Rice Farming) และการพัฒนาอัตลักษณ์ข้าวพื้นเมืองให้โดดเด่น ในเรื่องโภชนาการสำหรับผู้รักสุขภาพและผู้สูงอายุ ส่วนกระบวนการเพิ่มมูลค่า (value – added) เป็นกระบวนการ ที่ทำให้มูลค่าข้าวเพิ่มขึ้นด้วยการสร้างนวัตกรรมในกระบวนการผลิต และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว ท้ายสุดคือ การ สร้างนวัตกรรมการผลิตข้าวคือ การพัฒนาความมั่นคงด้านอาหารเกิดจากการทำงานร่วมกันของคน 13 บทบาท ได้แก่ ชานา ปราชญ์ชาวบ้าน นักส่งเสริมการเกษตร นักผสมพันธุ์ข้าว นักวิชาการด้านปุย นักวิชาการโรคพืช นักการเมืองท้องถิ่น วิศวกรจากธุรกิจเครื่องจักรกล นักธุรกิจโรงสีและโรงงานแปรรูปข้าว นักโภชนาการอาหาร นักการตลาด นักสื่อสารมวลชน และเจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อจากธนาคารและสหกรณ์การเกษตร

### แนวความคิดด้านการตลาด

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่งบ้านหัวดอน มีวัตถุประสงค์ด้านการตลาด คือการเพิ่มรายได้ให้กับ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่ง โดยแบ่งเป็น 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตการรักษาคูณภาพของพันธุ์ข้าว แนวทางการแปรรูปสินค้า และการสร้างบรรจุภัณฑ์ 2) ด้านราคา คือการต่อรองราคากับผู้รับซื้อล่วงหน้าเพื่อการ กำหนดราคาที่เกิดความพึงพอใจทั้ง 2 ฝ่าย 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มุ่งเน้นการสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งการออกหาตลาดหรือสำรวจตลาดเพื่อหาผู้รับซื้อรายใหม่ และ แนวการพัฒนา ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับสินค้าแปรรูปและ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มุ่งเน้นการการขายโดยพนักงานขาย

หรือการออกสำรวจตลาดเพิ่มมากขึ้นการโฆษณา การวางแผนการโฆษณาสำหรับกลุ่มสมาชิกนั้น ควรมุ่งเน้นการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะเป็นสื่อที่กว้างขวาง เนื่องจากผู้รับซื้ออยู่ต่างพื้นที่ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก การประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้และการเชื่อมโยงไปยังกลุ่มผู้ผลิต ที่อยู่ในพื้นที่ต่างๆ

นอกจากนี้แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมทุ่ง โดยแปรรูปข้าวหอมทุ่งมาเป็นสินค้าเพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยการแปรรูปสินค้าเป็นข้าวเม่า ข้าวลิม และข้าวปาดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในการขายสินค้าซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการตลาดของ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2552: 38-42) ได้ให้ความหมายผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจและแนวคิดของ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2552: 38-42) เกี่ยวกับราคา หมายถึง ต้นทุน ของสินค้าที่ลูกค้าต้องจ่ายกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ การกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าว่าต้องการกำไรต้องการขยายส่วนครองตลาด ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง หรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากตลาดเป้าหมายซึ่งทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่งบ้านหัวดอน ได้กำหนดราคาข้าวเปลือกของข้าวหอมทุ่งใหม่จากเดิมในปี 2556 สมาชิกขายข้าวเปลือกให้ผู้รับซื้อที่ราคา 12 – 13 บาทต่อกิโลกรัม ราคาของข้าวเหนียวพันธุ์หอมทุ่งของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งนั้น เป็นราคาซื้อขายข้าวหอมทุ่งระหว่างเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งกับผู้รับซื้อที่เป็นผู้เสนอราคาเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยผู้ซื้อส่วนมากจะเป็นการได้รับการเสนอราคาจากคนกลาง และโรงสีภายในพื้นที่อำเภอเชื่องใน หลังจากที่มีวิสาหกิจชุมชนได้ศึกษาและวางแผนด้านการตลาดเกี่ยวกับการกำหนดราคาที่เป็นราคากลางมาตรฐานที่เหมาะสมของกลุ่ม

ต่อมาในปี 2557 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่งบ้านหัวดอนได้รวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองในการตกลงระหว่างตัวแทนผู้รับซื้อข้าวของหมู่บ้านหัวดอนกับพ่อค้ารับซื้อข้าวเปลือกข้าวหอมทุ่งจากบุรีรัมย์ และปราจีนบุรี ให้ได้ราคาที่เป็นราคากลางและราคาเดียวกันในการรับซื้อข้าวหอมทุ่งจากสมาชิกที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่ง บ้านหัวดอน ที่ราคา 14.16 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ขายข้าวได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าปีก่อนๆ ซึ่งเป็นราคาของผู้ผลิตข้าวหอมทุ่งมองว่าเป็นราคาที่ได้กำไร และสอดคล้องกับตลาดเป้าหมายที่จะมารับซื้อข้าวเปลือกโดยมียอดการจัดจำหน่ายข้าวหอมทุ่งเป็นเงินทั้งสิ้น 1,911,600 บาท แบ่งเป็น ยอดการจัดจำหน่ายในจังหวัดบุรีรัมย์ มีปริมาณผลผลิตข้าวหอมทุ่ง 75 ตัน คิดเป็นเงิน 1,062,000 บาท และปริมาณผลผลิตข้าวหอมทุ่งที่ส่งขายให้ผู้รับซื้อจากจังหวัดปราจีนบุรีมีจำนวน 60 ตัน คิดเป็นเงิน 849,600 บาท

ส่วนแนวคิดด้านการส่งเสริมการขาย ของธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2552: 38-42) กล่าวว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดขององค์การประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริม การขาย การขายโดยพนักงานขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรงซึ่งทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่งได้ประชุมเพื่อวางแผนการส่งเสริมการตลาดของกลุ่ม โดยการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมทุ่งให้มีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ผ่านการโฆษณา เช่น วิทยูชุมชน โทรทัศน์ชุมชนช่อง 11 ป้ายโฆษณา นิเทศสารชุมชนท้องถิ่น ศูนย์ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี ผ่านหน่วยงานภาครัฐขององค์การบริหารส่วนตำบลหัวดอน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดอุบลราชธานี วิสาหกิจชุมชนของจังหวัดอุบลราชธานี พาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานี ศูนย์สินค้าพื้นเมือง OTOP จังหวัดอุบลราชธานี และภาคเอกชนตามร้านค้าขายของที่ระลึก ของฝาก และร้านค้าที่ขายมะพร้าวเผาตามแผงริมถนนบริเวณอำเภอเชื่องใน ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลข่าวสารนำไปเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อข้าวเหนียวพันธุ์ข้าวหอมทุ่ง

### การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ในการดำเนินการวิจัยเกือบ 2 ปีที่ผ่านมาพบว่ามีงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ดังนี้

1. ทีมวิจัยหลักได้มีนำการบริหารจัดการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นข้าวหอมทุ่ง บ้านหัวดอน อำเภอเชื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี ทำให้ชุมชนสามารถจัดระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต

ข้าวหอมทุ่งได้ มีการกำหนดแผนการผลิต แผนการตลาดทั้งในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโลโก้ข้าวหอมทุ่ง การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์แปรรูป การหาช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวหอมทุ่งที่มีการสร้างนวัตกรรมโดยการแปรรูปข้าวหอมทุ่งให้เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมทุ่ง ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่งได้เป็นกลุ่มต้นแบบในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชุมชน ส่งผลให้ชุมชนใกล้เคียงได้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มข้าวหอมทุ่ง ชุมชนได้เพิ่มความรู้ ศักยภาพของตนเอง เกิดการเรียนรู้การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการทำงานเป็นทีม

2. จากงานวิจัยชิ้นนี้ ชุมชนสามารถสร้างความเข้มแข็งโดยส่งเสริมการสร้างศูนย์การเรียนรู้การปลูกข้าวหอมทุ่ง เพื่อการพัฒนาชุมชน และชุมชนอาจได้รับการสนับสนุนและส่งเสริม ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือทางการเกษตรเพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมให้ชาวบ้านมีรายได้ให้กับชุมชนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะต่อกลุ่ม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่ง ตำบลหัวดอนได้รับการลงความเห็นจากประชาชนในหมู่บ้านให้เป็นกลุ่มนำร่องในการทำวิจัยครั้งนี้ในขณะที่ในชุมชนมีการรวมกลุ่มอาชีพและกลุ่มอื่นๆอีกหลายกลุ่ม ดังนั้น เมื่อกลุ่มได้รับความรู้และการเรียนรู้ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกลุ่มแล้วนั้น กลุ่มจึงควรนำความรู้ที่ได้รับนั้นไปเผยแพร่และสอนงานให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน และเป็นการนำพาชุมชนให้เป็นที่รู้จักจากบุคคลภายนอกต่อไปนอกจากนี้เพื่อเป็นการพัฒนากลุ่มเกษตรกรให้มีความเข้มแข็งขึ้นในการผลิตควรให้กลุ่มมีการสำรวจในระดับจุลภาคของเกษตรกรแต่ละรายโดยเฉลี่ยว่ามีพื้นที่การผลิตเท่าไร่ ผลผลิตมากน้อยเท่าใด ขายมีรายได้เท่าใด เพื่อจะคว่าได้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เท่าใด เสียต้นทุนต่อไร่เท่าไร มีรายได้ต่อไร่เท่าใด รวมไปถึงการค้นพบปัญหาที่เกิดจากการผลิต การขาย จากเกษตรกรแต่ละราย เพื่อที่จะได้ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการวางแผนการพัฒนากลุ่มต่อไป

#### ข้อเสนอแนะต่อชุมชน

แม้ว่าการทำงานวิจัยครั้งนี้จะเสร็จสิ้นลงโดยจะเห็นได้ว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่ง บ้านหัวดอน สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น แต่กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆของชุมชน ก็มีศักยภาพในการผลิตสินค้าของกลุ่มได้เช่นกัน ดังนั้น ผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่ และอบต. ควรให้ความสนใจในการศึกษาพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆเพื่อการมีอาชีพเสริมที่มีรายได้มั่นคงและสามารถเลี้ยงดูครอบครัวของชาวบ้านได้ต่อไป

#### ข้อเสนอแนะต่อระดับนโยบาย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเนื้อหาการวิจัยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่ง บ้านหัวดอน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี เพียงกลุ่มเดียว เนื่องจากปัญหาด้านงบประมาณที่จำกัด แต่จากการค้นพบจะเห็นว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนา ปรับปรุง และร่วมแรงร่วมใจเพื่อพัฒนากลุ่มของตนเอง รวมทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มวิจัย ต่างให้ความสนใจและต้องการอยากให้มีการวิจัยในลักษณะนี้เพื่อกลุ่มจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของกลุ่มได้ ดังนั้น งานวิจัย การสร้างนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าข้าวหอมทุ่ง หมู่บ้านหัวดอน เพื่อสร้างเศรษฐกิจแบบยั่งยืน เพื่อกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นข้าวหอมทุ่ง ให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน หน่วยงานและองค์กรภาครัฐควรให้ความสนใจและนำประเด็นปัญหาต่างๆที่ได้ นำเสนอมาปรับใช้ในกลุ่มชุมชนอื่นๆ เพื่อความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสินค้าชุมชน

### ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงาน

จากการทำงานวิจัยครั้งนี้ ได้มีโอกาสทำงานร่วมกับหน่วยงานปกครองท้องถิ่น เช่น อำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลและหน่วยงานราชการในท้องถิ่นอื่นๆ จะให้เห็นว่า เมื่อมีการทำงานวิจัยในลักษณะของการทำงานร่วมกับประชาชนในชุมชน หน่วยงานให้ความสนใจและรับหลักการของงานวิจัยอย่างยิ่ง แต่ยังมีปัญหาด้านการสนับสนุนบุคลากรและเงินทุนอุดหนุน ดังนั้น หากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถจัดสรรงบประมาณและบุคลากรสำหรับการทำงานวิจัยในลักษณะนี้ จะส่งผลดีต่อท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง เพราะเนื่องจากหากประชาชนในชุมชนสามารถประกอบอาชีพและมีรายได้ก็จะเป็นการลดปัญหาทางด้านสังคม ด้านสุขภาพอนามัย ด้านประชากร และด้านอื่นๆ รวมทั้งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของชุมชนที่เข้มแข็งอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรส่งเสริมและพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของชุมชนให้สามารถสร้างนวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของชุมชนของกลุ่มตนเองเพื่อการบริหารจัดการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้ชุมชนใกล้เคียงได้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวหอมทุ่ง ชุมชนได้เพิ่มความรู้ศักยภาพของตนเอง การสร้างนวัตกรรมข้าวโดยการแปรรูปข้าวให้เป็นสินค้าต่างๆ วางจัดจำหน่ายในท้องตลาด เกิดการเรียนรู้การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการทำงานเป็นทีม โดยนำข้อมูลไปต่อยอดทำงานวิจัยเกี่ยวกับชุมชนสร้างความเข้มแข็งโดยส่งเสริมการสร้างศูนย์การเรียนรู้การปลูกข้าวหอมทุ่ง เพื่อการพัฒนาชุมชน และชุมชนอาจได้รับการสนับสนุนและส่งเสริม ให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือทางการเกษตรเพื่อสร้างการเรียนรู้และส่งเสริมให้ชาวบ้านมีรายได้ให้กับชุมชนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากบ้านหัวดอนมีกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ อีกมากมายที่มีชื่อเสียงและมีจุดเด่นในการทำการตลาดให้กับชุมชนบ้านหัวดอนและชุมชนอื่นๆ ได้

### เอกสารอ้างอิง

- ดลฤดี จันทร์แก้ว. (2554). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง ชุมชนบ้านโนนคำแก้ว ตำบลไผ่บุลย์ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- พิมุกต์ สมชอบและคณะ. (2557). การเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มและการตลาดของธุรกิจชุมชนข้าวหอมทุ่ง เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น บ้านหัวดอน อำเภอเมืองใน จังหวัดอุบลราชธานี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2552). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอดูเคชั่น.
- มุมการจัดการความรู้ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี. ศูนย์วิจัยข้าวอุบลราชธานี. (ออนไลน์) 2556 (อ้างเมื่อ 1 กันยายน 2558) จาก [http://ubn.brrd.in.th/km/index.php?option=com\\_content&view=article&id=44](http://ubn.brrd.in.th/km/index.php?option=com_content&view=article&id=44) 2556
- วันชัย เลิศฤทธิ. (2555). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชัยนาท. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ศุภชัย หล่อโลหการ ภคพงศ์ พรหมนาธิป และ ปัทมาวดี พัวพรหมยอด. (2553). การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2556). รายงานผลสรุปการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับผู้บริหารหลักสูตร การสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ (Value Chain Creation). สำนักงาน ก.พ.
- สุภากรค์ จันทวานิช. (2531). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร ฉันทะ. (2551). โครงการพัฒนาองค์ความรู้และศึกษานโยบายการจัดการทรัพยากรชีวภาพในประเทศไทยหอมทุ่ง...กลิ่นหอมอบอวล. กรุงเทพฯ.

องค์การบริหารส่วนตำบลหัวดอน. (2556). สัมภาษณ์ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลหัวดอน,  
Etzel, M. J., Brouce, J. W. and William , J. S. (2001). **Marketing**.(12<sup>th</sup> ed.). Boston: McGraw-Hill.  
Smith, .G. V. (1986). **A Manual of Forensic Entomology**. London: British Museum.