

ชื่อเรื่อง	การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวไทยเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา : เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
ผู้วิจัย	พิมม์ญภัทร สุพรรณพงษ์
สาขาวิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวไทยเชิงสุขภาพ” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยตามภูมิปัญญาท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย 2) สร้างสรรค์ กลั่นกรอง และประเมินความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว 3) พัฒนาความคิดและทดสอบความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว 4) หาแนวทางการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว และ 5) สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่จากสมุนไพรไทยท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นเครื่องมือเชิงคุณภาพคือ การสนทนากลุ่มกับผู้เกี่ยวข้องทั้ง 6 จังหวัดตามขอบเขตของงานวิจัยประกอบด้วย 1) จังหวัดตาก 2) จังหวัดกาญจนบุรี 3) จังหวัดราชบุรี 4) จังหวัดเพชรบุรี 5) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 6) จังหวัดระนอง โดยกลุ่มสนทนาเชิงลึกที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 1) ผู้ประกอบการสมุนไพรไทยท้องถิ่น 2) ผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก 3) ผู้ประกอบการที่พัก 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประจำจังหวัด และ 6) นักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 72 คน ส่วนที่ 2 เป็นเครื่องมือเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 840 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดตามขอบเขตการวิจัย และร่วมทดสอบสินค้าในบูทวิจัยภายในงานวันธรรมดาน่าเที่ยว จัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วันที่ 11-14 พฤษภาคม 2560 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ทำการทดสอบแบ่งเป็นขั้นตอน สร้างสรรค์ความคิด (Idea creation) กลั่นกรองความคิด (Idea Screening) ประเมินความคิด (Evaluation of idea) พัฒนาความคิด (Concept development) และทดสอบความคิด (Concept Testing) จำนวน 420 คน และขั้นตอนหาแนวทางการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวน 420 คน โดยจัดให้มีสินค้าตัวอย่างเพื่อทำการทดลองใช้ก่อนตอบคำถาม

ในบริเวณบูทที่เก็บข้อมูล ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยวิธี Stepwise

ผลการศึกษาพบว่า ผลិតภัณฑ์ที่โดดเด่นที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการซื้อมากที่สุดในแต่ละหมวดทั้ง 4 หมวดประกอบด้วย 1) หมวดเส้นผม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เซรั่มอัญชันของวิสาหกิจชุมชนแม่ทองคำ 2) หมวดบำรุงผิว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มาร์กหน้าสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนพอดีสมุนไพร 3) หมวดทำความสะอาดร่างกาย ได้แก่ สบู่เหลวมะหาดของของบ้านแก้วกลางสวนสมุนไพร และ 4) หมวดช่วยให้ผ่อนคลาย ได้แก่ บอดีส์เปรย์ของบริษัทสยามวรดา

ข้อเสนอแนะสำคัญเพื่อการพัฒนา 1) สบู่เหลวมะหาดควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูน่าใช้มากยิ่งขึ้น 2) เซรั่มอัญชันควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูสมราคา และพัฒนาเรื่องกลิ่นให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น 3) มาร์คหน้าสมุนไพรควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยใช้งานง่าย พัฒนาเรื่องกลิ่นให้น่าใช้ และเพิ่มความเหลวเพื่อความสะดวกในการใช้ 4) บอดีส์เปรย์ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัยน่าซื้อ เป็นของฝาก และสัมผัสที่เย็นสบายมากกว่าเดิม

Research Title	Value Adding to Cocreation of Thai Local Herbal Products Towards Health Tourism : The Case Study of Health Tourism City in The Western Region of Thailand.
Researcher	Pimyapat Supunpong
Program	Marketing
Academic Year	2018

ABSTRACT

This research titled “Participative Value Creation to Thai Herbal Products to promote Thai Health Tourism: A Case Study of Health City in Thailand’s Western Region” aimed to 1) Study Thai herbal products from local wisdom in a western region of Thailand, 2) Create, screen and evaluate ideas of Thai herbal products for tourists, 3) Develop and test ideas of Thai herbal products for tourists, 4) Seek for a value creation approach of Thai herbal products for tourists, and 5) Co-create the new products from local Thai herbs. This research comprised of two phases. The first phase was a qualitative research which was a group discussion of key persons from 6 provinces under the scope of research as follows: Tak, Kanchanaburi, Ratchaburi, Phetchaburi, Prachuap Khiri Khan and Ranong. The in-depth discussion group consisted of 72 participants including 1) Thai herbal product merchants, 2) Souvenir merchants, 3) Accommodations, 4) Key provincial government agencies, and 5) Tourists. The second phase was a quantitative research which used a questionnaire to gather data from a sample group of 840 Thai tourists. Those tourists had travel experience in 6 provinces under the scope of research and participated in product testing at the research booth in Weekday Special exhibition by Tourism Authority of Thailand at Queen Sirikit National Convention Center between May 11-14, 2017. This study asked 420 participants regarding to idea creation, idea

screening, idea evaluation, concept development and concept testing, and asked another 420 participants about a value creation approach of Thai herbal products for tourists. Sample products were given for trials prior to answering the questionnaire at the booth. Data analysis used SPSS/FW software under the following statistics: frequency distribution, percentage, average, mean, Standard Deviation, and Multiple Regression Analysis (MRA) by Stepwise. Findings of this study revealed that outstanding products in four categories which tourists were likely to buy most were 1) Butterfly Pea Serum of Mae Thong Kham Community Enterprise for hair care, 2) Herbal Face Mask of Pho Di Samun Phrai Community Enterprise for skin care, 3) Monkey Jack Liquid Soap of Ban Kaew Klang Suan Samun Phrai for body care, and 4) Body Spray of Siam Worada Co., Ltd. For relaxation.

Suggestions for future product development were as follows. 1) Packaging of Monkey Jack Liquid Soap should be enhanced to make the product more attractive to use. 2) Butterfly Pea Serum's packaging should be developed to show value for money. 3) Packaging for Face Mask should be improved to be modern and easy to use, its scent should be enriched to make the product more attractive to use, and its viscosity should be increased to make the product easy to use. And 4) Body Spray should have a modern packaging to make the product ideal for buying as a souvenir and also the spray should make users feel cooler.