แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน

Guidelines for the Development of Suan Dusit Thai Fragrance Products for Sustainability

กาญจนา เฟื่องศรี*
Kanchana Fuangsri
อิทธิพล อเนกธนทรัพย์
Ittipon Anekthanasup
โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี
School of Culinary Arts, Suan Dusit University, Suphanburi Campus
*kanchana_fua@dusit.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิต จำนวน 50 คน ส่วนประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ ผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการทำเครื่องหอมไทยสวนดุสิตมาเป็นระยะเวลายาวนาน จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านระบบและกลไกการจูงใจในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านวิสัยทัศน์ และน้อยที่สุดคือ ด้านโครงสร้างของงาน และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร และน้อยที่สุดคือ ด้านราคา

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทย ความยั่งยืน สวนดุสิต

Received : March 28, 2024 **Revised :** October 11, 2024 **Accepted :** October 15, 2024

Abstract

This research aimed to investigate the factors influencing the sustainable development of Suan Dusit Thai fragrance products and to explore strategies for enhancing their sustainability. The sample for quantitative research consisted of 50 individuals engaged in Suan Dusit Thai fragrance products, while qualitative research engaged 5 experts with extensive experience in Thai incense–making at Suan Dusit. Data collection was conducted through questionnaires and interviews. The statistics used in this study included frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results revealed that the respondents rated factors affecting the sustainability of Thai Suan Dusit fragrance products at a high level, with particular emphasis on systems and mechanisms of motivation at work, followed by vision and organizational structure, respectively. Furthermore, respondents underscored the significance of strategies for developing Suan Dusit Thai incense products in terms of sustainability at a high level. Product development was ranked the highest in importance, followed by personnel and pricing, respectively.

Keywords : development guidelines, product development, Thai fragrance products, sustainability, Suan Dusit

บทนำ

“กลิ่นหอม” เป็นสิ่งสุนทรีย์สิ่งหนึ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์มาช้านานแล้ว อาจเริ่มตั้งแต่มนุษย์รับรู้ถึงกลิ่นของธรรมชาติ หลังจากนั้นความคิดที่ว่า “ของหอม” เป็นสิ่งวิเศษก็ดำรงอยู่ในความคิดของมนุษย์เรื่อยมา และเป็นเหตุให้มนุษย์แสวงหาวิธีการต่าง ๆ นานา เพื่อนำความหอมที่ธรรมชาติประทานให้นั้นมาใช้ โดยการใช้ความหอมของมนุษย์ในยุคแรก ๆ เป็นกลิ่นที่ได้จากธรรมชาติอย่างตรงไปตรงมา ทั้งสูดดมเอาจากดอกไม้ ใบไม้ เปลือกไม้ หรือส่วนต่าง ๆ ของพืชพรรณไม้ที่ให้กลิ่นหอม หากต้องการให้ความหอมนั้นติดตัวนานขึ้นก็อาจจะแซมดอกไม้ ใบไม้ไว้ตามร่างกาย หรือการนำดอกไม้ ใบไม้ที่มีกลิ่นหอมลงแช่ในน้ำ เพื่อใช้น้ำหอมมาอาบชโลมเนื้อตัวให้มีกลิ่นหอมกรุ่นก่อนจะพัฒนาต่อเนื่องมาเป็นเครื่องหอมชนิดต่าง ๆ ที่มีอยู่ในแต่ละสังคมแต่ละชุมชน (Bunthanom, 1991)

“เครื่องหอม” จึงเกิดจากจุดเล็ก ๆ ที่มนุษย์รู้จักสังเกต หรือสัมผัสถึงกลิ่นหอมที่ได้มาจากส่วนต่าง ๆ ของพืชไม่ว่าจากดอก ผล หรือเมล็ด ใบ เปลือก ลำต้น เนื้อไม้ ยางไม้ และราก เมื่อสูดดมแล้วเกิดความพึงพอใจ มีความสุขเกิดขึ้นกับตัวเอง มีการเรียนรู้สืบทอดกันเรื่อยมาจนผสมผสานกลมกลืนอยู่ในวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของแต่ละชนชาติ ต่อจากนั้นมนุษย์ยังค้นพบกลิ่นหอมจากสารที่มีอยู่ในตัวเองจากสัตว์ชนิดต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำมาใช้ทำเครื่องหอมได้เช่นกัน และจนทุกวันนี้มนุษย์ยังรู้จักคิดค้นกลิ่นหอมที่เลียนแบบธรรมชาติที่สังเคราะห์มาจากสารเคมีต่าง ๆ ได้อีกด้วย (Boonruang, 2008)

เครื่องหอมไทยเป็นภูมิปัญญาของคนไทย อันมีเสน่ห์และทรงคุณค่า เป็นศิลปะในการปรุงกลิ่นหอมจากดอกไม้ พืชสมุนไพร และสารจากธรรมชาติให้เป็นเครื่องหอมที่ใช้ประพรมใบหน้า และร่างกายให้หอมสดชื่น และช่วยถนอมผิวพรรณหรือเอาไว้ในการส่งกลิ่นหอมอบอวล สร้างบรรยากาศอันรื่นรมย์ในบ้านเรือน จึงเป็นเรื่องที่น่าเสียดายที่เครื่องหอมจากดอกไม้เป็นสิ่งที่ทำกันมาแต่โบราณ สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะในสังคมชั้นสูงหรือในรั้วในวังเริ่มจะเลือนรางหายไปบ้างแล้ว ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาบ้านเรา ทำให้คนในยุคดิจิทัลหันไปใช้เครื่องหอมจากน้ำหอมฝรั่ง ทำให้น้ำปรุงหรือเครื่องหอมไทยโบราณ เริ่มจะหายากขึ้นทุกที จึงควรมีการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญานี้ไว้หรือร่วมกันรื้อฟื้นการใช้เครื่องหอมไทยให้สืบทอดต่อไปถึงลูกหลาน (Phonimdaeng, 2014) ซึ่งจะเห็นได้ว่าเครื่องหอมไทยนอกจากจะมีคุณค่าในแง่ของภูมิปัญญาแล้ว เครื่องหอมยังมีคุณค่าในเชิงเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนอีกด้วย

สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิต ถือเป็นหนึ่งในมรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดองค์ความรู้และกรรมวิธีการผลิตอันประณีตซับซ้อนตามแบบฉบับโบราณแท้ ๆ จากในวังหลวง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความประณีตบรรจงทางคหกรรมศาสตร์และศิลปะการใช้ชีวิตของคนไทยในอดีต จนเกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทรงคุณค่ายิ่งกว่าความหอม (Siamrath, 2019) ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่สร้างความสุนทรีย์ทางกลิ่น แต่ยังเป็นตัวแทนของรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงผู้คนเข้ากับประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว โครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างพลิกผัน ค่านิยมและวิถีชีวิตที่เร่งรีบทำให้ผู้บริโภคยุคใหม่หันไปนิยมใช้ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปหรือน้ำหอมจากต่างประเทศที่หาซื้อได้ง่ายและมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยกว่า ประกอบกับกลไกตลาดในปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง ทั้งในด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการสื่อสารทางการตลาดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมักมีข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิตที่สูงจากวัตถุดิบธรรมชาติ และกระบวนการที่ต้องอาศัยเวลาและความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างมาก ไม่เพียงแต่ในมิติของการรักษาสถานะทางการตลาดและการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงวิกฤตในการสืบทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่ที่อาจขาดความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของศิลปะแขนงนี้ หากไม่มีการบูรณาการความรู้เพื่อปรับตัวและพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมยุคใหม่ ภูมิปัญญาอันล้ำค่านี้อาจไม่สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและค่อย ๆ เลือนหายไปตามกาลเวลา

ด้วยเหตุนี้ การอนุรักษ์เพียงอย่างเดียวจึงอาจไม่เพียงพอที่จะทำให้มรดกทางวัฒนธรรมนี้คงอยู่ได้ท่ามกลางการแข่งขันที่สูงขึ้นและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการบูรณาการองค์ความรู้ทางวิชาการและทักษะความเชี่ยวชาญด้านศิลปะประดิษฐ์ที่สืบทอดกันมาเข้ากับศาสตร์การบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน งานวิจัยนี้ไม่เพียงแต่มุ่งหวังที่จะรักษาเอกลักษณ์และภูมิปัญญาอันประณีตในการปรุงเครื่องหอมล้ำค่าไว้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งยวดกับการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนาอย่างเป็นระบบ การปรับตัวและเสริมสร้างความเข้มแข็ง

ทางธุรกิจอย่างรอบด้านเหล่านี้ จะเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต สามารถก้าวข้ามข้อจำกัดเดิม ยกระดับสู่มาตรฐานสากล แข่งขันในตลาดได้อย่างสง่างาม และเติบโตได้อย่างยั่งยืน ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของเครื่องหอมไทยสวนดุสิต
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน

ทบทวนวรรณกรรม

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องหอมไทยสวนดุสิต

1. ความหมายของเครื่องหอม

เครื่องหอม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีกลิ่นดีหรือกลิ่นหอมไม่ว่าจะเกิดขึ้นเองจากธรรมชาติ หรือจากการปรุงแต่งของมนุษย์ (Thanaphum, 2006) มีกลิ่นหอมสามารถรับความรู้สึกได้ด้วยการดม การคิดค้นพัฒนาเครื่องหอม โดยใช้ส่วนต่าง ๆ ของพืช เช่น ดอกไม้ เนื้อไม้บางชนิดมาต้ม คั้น เพื่อให้น้ำมันหอมระเหยออกมาแล้วนำน้ำมันหอมนั้น (Kusonsermsuk, 2022) มาประกอบกันหรือเป็นพวกเดียวกัน ส่วนคำว่า “หอม” หมายถึง ได้รับกลิ่นดีกลิ่นหอม ดังนั้น “เครื่องหอม” หมายถึง สิ่งที่นำมาประกอบกันแล้วมีกลิ่นหอม (Royal Academy, 1995)

2. ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับเครื่องหอมไทยสวนดุสิต

น้ำอบไทยเป็นภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษที่อยู่คู่กับวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมไทยมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะการนำมาใช้เพื่อคลายความร้อนในช่วงฤดูร้อน ซึ่งในปัจจุบันมีหลากหลายตำรับที่ได้รับการสืบทอดมา สำหรับมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ถือเป็นหนึ่งในสถาบันที่มีความโดดเด่นด้านศิลปวิทยาการแขนงต่าง ๆ รวมถึงการทำเครื่องหอมไทย โดยมีรากฐานความรู้ที่เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับวิถีชีวิตในวังหลวงมาตั้งแต่ครั้งยังเป็นโรงเรียนการเรือน

องค์ความรู้ในการปรุงน้ำอบไทยของสวนดุสิต เป็นศาสตร์ที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านผู้เชี่ยวชาญจากรุ่นสู่รุ่นอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่ความพิถีพิถันในกระบวนการผลิตแบบโบราณแท้ ๆ ที่มีความซับซ้อน ทั้งเทคนิคการอบเทียน การร่ำกำยาน ลำดับก่อนหลังในการผสมส่วนประกอบ และการเลือกใช้วัตถุดิบธรรมชาติ จนเกิดเป็นสูตรดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้สถาบันยังได้มีการรังสรรค์และพัฒนาสูตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดกลิ่นหอมที่ผสมผสานระหว่างดอกไม้นานาพันธุ์และความร่วมสมัย ทว่ายังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ความหอมติดทนนานตามแบบฉบับของสวนดุสิตอย่างครบถ้วน ซึ่งกระบวนการและองค์ความรู้เหล่านี้ได้ถูกนำมาผลิตและจำหน่ายจนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน (Siamrath, 2019)

3. กระบวนการผลิตเครื่องหอมไทย

กระบวนการผลิตที่สำคัญสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) การอบ หมายถึง การปรุงกลิ่นด้วยควันหรือปรุงกลิ่นด้วยดอกไม้หอม การอบทำให้มีกลิ่นหอมชั่วระยะหนึ่ง กลิ่นหอมนั้นจะซึมซาบเข้าไปในของที่นำไปอบ โดยวัตถุที่ต้องการให้มีกลิ่นนั้นจะอยู่ในภาชนะที่มีฝาปิดสนิท และถูกอบด้วยเทียนอบหรือดอกไม้ที่มีกลิ่นหอมและกลิ่นแรง ไม่นิยมใช้ดอกไม้ที่กลิ่นหอมเอียน ๆ หรือมีกลิ่นเปรี้ยว 2) การรั่ำ หมายถึง การอบกลิ่นหอมซับซ้อนหลายอย่าง และกระทำโดยใช้ภาชนะเผาไฟแล้วใส่เครื่องหอม เพื่อให้เกิดควันที่มีกลิ่นหอม ได้แก่ กลิ่นหอมของยางไม้ กลิ่นน้ำมัน กลิ่นเนื้อไม้ กลิ่นดอกไม้หลายอย่างปนกัน ใช้สำหรับอบรั่ำเครื่องหอม ใช้รั่ำหีบให้มีกลิ่นหอม การรั่ำเครื่องหอมต้องใช้ภาชนะที่สำคัญคือ โถกระเบื้อง ถ้าใช้ขวดโหลแก้วอาจจะร้อนจัด ทำให้แก้วร้าวหรือแตกได้ การที่จะรั่ำต้องใส่ทวน (ทวน คืออุปกรณ์ที่ใช้วางกลางโถกระเบื้องเพื่อรองรับตะคัน) ไว้ตรงกลางโถ นำตะคันเผาไฟให้ร้อนวางไว้บนทวนแล้วจึงตักเครื่องปรุง มีกำยานและเครื่องผสมอื่น ๆ ตามลักษณะของที่ประดิษฐ์ กำยานเมื่อถูกความร้อนจะระเหยและส่งกลิ่นหอมและ 3) การปรุง หมายถึง การรวมของหลาย ๆ อย่างเข้าด้วยกัน และการปรุงเครื่องหอมคือ การนำพิมเสนแห้ง หัวน้ำหอม ชะมดเช็ดมาบดผสมกัน แล้วนำไปปรุงกับน้ำอบไทยหรือเครื่องหอมอื่น ๆ แต่มีข้อสังเกตว่า การที่จะใส่หัวน้ำมันหอมชะมดเช็ด จะต้องบดแป้งนวลหรือแป้งหินเสียก่อน เพื่อให้แป้งซับน้ำมันให้หมด แล้วจึงนำไปผสมหรือกวนในน้ำต่อไป เช่น การทำน้ำอบไทยจะต้องอบรั่ำและปรุง จึงเรียกว่าการทำน้ำอบไทยที่สำเร็จ

องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา

1. ความหมายของการพัฒนา

พัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง (Directed Change) หรือการเปลี่ยนแปลงที่ได้วางแผนไว้แน่นอนล่วงหน้า (Planned Change) (Sanyawiwat, 1983) ความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมโครงสร้าง กระบวนการและพฤติกรรมของระบบปัจเจกบุคคลทั้งทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม เป็นการกระทำให้เกิดการเปลี่ยนจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่า มีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า มุ่งที่จะควบคุมอัตราการเปลี่ยนแปลงด้วยสภาวะการพัฒนา (Chansirirattana, 2013)

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนา

Supap (2001) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมี 7 ประการ สรุปได้ดังนี้ 1) สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ 2) การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร 3) การอยู่โดดเดี่ยวและการติดต่อเกี่ยวข้อง 4) โครงสร้างของสังคมและวัฒนธรรม เช่น สังคมที่มีการเคารพอาวุโสจะมีการเปลี่ยนแปลงน้อย 5) ทัศนคติและค่านิยม เช่น ชาวอเมริกาเห็นการเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องธรรมดา 6) ความต้องการที่รับรู้ เช่น สังคมที่ยอมรับสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ จะมีส่วนกระตุ้นให้คนในสังคมต้องการสิ่งใหม่ ๆ 7) พื้นฐานทางวัฒนธรรม ถ้าพื้นฐานทางวัฒนธรรมเจริญขึ้น สิ่งประดิษฐ์ใหม่ก็จะเกิดขึ้นมากมาย

3. ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

Liangrokapart (2011) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ไว้ว่า การพัฒนานี้มีทั้งหมด 8 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างความคิดใหม่ 2) การคัดเลือกความคิด 3) การทดสอบความคิด 4) การวางกลยุทธ์ทางการตลาด 5) การวิเคราะห์ธุรกิจ 6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 7) การทดสอบตลาด 8) การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ส่วน Buakaew (2011) ได้กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการนำของพัฒนาการอำเภอ นักวิชาการ พัฒนาชุมชน ชำนาญการ และกลุ่มผู้ผลิตหรือประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการบริหารจัดการ การเข้าหาแหล่งทุน การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐาน การตลาด และได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการดังนี้ 1) ด้านวัตถุดิบ 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการบริหารจัดการองค์กร 4) ด้านการตลาดและการบริการหลังการขาย 5) ด้านการพัฒนาบุคลากร 6) ด้านการประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ช่วยให้ทราบประวัติความเป็นมา วิวัฒนาการ เกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

2. ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิต เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานสามารถแข่งขันในเชิงธุรกิจได้

3. ทำให้ทราบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตให้เกิดความยั่งยืน และสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ได้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิต จำนวน 50 คน ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์ และนักศึกษา สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ เป็นการเลือกแบบเจาะจง และทำการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

1.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ มีความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับการทำเครื่องหอมไทยสวนดุสิตมาเป็นระยะเวลายาวนาน จำนวน 5 คน เป็นการเลือกแบบเจาะจง

2. เครื่องมือ

2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณคือ แบบสอบถาม

2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพคือ แบบสัมภาษณ์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการโดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคลตลอดจนการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง จนได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนด และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

3.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการดังนี้ 1) ขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยถึงผู้ทรงคุณวุฒิที่จะทำการสัมภาษณ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ 2) ขอความร่วมมือจากผู้ทรงคุณวุฒิโดยการสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูล และทำการนำเสนอผลการสัมภาษณ์ในรูปแบบความเรียง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิต โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืนจากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงจัดลำดับเนื้อหาที่ต้องการศึกษาวิจัย จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้เกิดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาประวัติความเป็นมาของเครื่องหอมไทยสวนดุสิต จากภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษไทย ส่งผลให้น้ำอบไทยมากคุณค่ายิ่งกว่าความหอม โดยเคียงคู่กับหน้าร้อน เป็นการดับร้อนแบบไทย ๆ ที่อยู่คู่ประเพณีวัฒนธรรมไทยแต่โบราณกระทั่งถึงปัจจุบัน หลากหลายตำรับน้ำอบไทย หนึ่งในนั้นคือน้ำอบไทยสวนดุสิต ซึ่งได้รับการสืบทอดสูตรเฉพาะมาจากอาจารย์ ม.ร.ว.สอิ้งมาศ นวรัตน์ สืบสานความรู้การผลิตต่อจากอาจารย์เยื้อน ภาณุทัต ที่มีสายเชื่อมโยงความรู้อย่างถ่องแท้จากในวังหลวง ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญของสวนดุสิตในสมัยที่ยังเป็นโรงเรียนการเรือน และเป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้การทำน้ำอบไทย “กลิ่นกระดังงา” ที่เป็นสูตรเฉพาะให้กับนักเรียนในสมัยนั้นสามารถผลิตใช้และเป็นวิชาชีพติดตัว ด้วยกลิ่นน้ำอบไทยสูตรกระดังงาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จนมาถึงช่วงสมัยวิทยาลัยครูสวนดุสิต ผศ.โสภาพรรณ อมตะเดชะ หนึ่งในอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเครื่องหอมและน้ำอบไทย ได้สืบทอดเคล็ดลับวิชาการผลิตน้ำอบไทยในรุ่นต่อมาอย่างถ่องแท้ และได้ส่งต่อองค์ความรู้ให้ลูกศิษย์อีกหลายรุ่น รวมถึงการผลิตจำหน่ายออกนอกรั้วมหาวิทยาลัยเป็นครั้งแรก ทำให้น้ำอบไทยสวนดุสิตเป็นที่รู้จักกันมากยิ่งขึ้น รังสรรค์และพัฒนาสูตรน้ำอบไทยกลิ่นใหม่ขึ้นมา ให้มีกลิ่นหอมแบบอ่อน ๆ ที่ปรุงขึ้นจาก “ดอกไม้รวมนานาพันธุ์” อาทิ กุหลาบ มะลิ ดอกแก้ว ราตรี ดอกส้ม ชะลูด ใบเตย หญ้าฝรั่น แก่นจันทร์เทศ พิมเสน กำยาน ชะมดเช็ด ผิวมะกรูด โดยยังคงกลิ่นของดอกกระดังงาตามสูตรดั้งเดิมไว้เป็นหลัก ปัจจุบันมหาวิทยาลัยสวนดุสิตโดย ผศ.กาญจนา เฟื่องศรี หนึ่งในอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเครื่องหอมและน้ำอบไทย ได้สืบสานองค์ความรู้ต่อในรุ่นปัจจุบัน โดยรักษากระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมไว้อย่างครบถ้วน น้ำอบไทยสวนดุสิต 1 ขวด มีกระบวนการผลิตซับซ้อนและประณีตตามสมัยโบราณ ให้ความสำคัญกับขั้นตอนการผลิต ควรใส่อะไรก่อน–หลัง มีทั้งอบเทียน ร่ำกำยาน จึงได้กลิ่นหอมติดทนนาน ในแบบฉบับสวนดุสิตกระบวนการผลิตที่มีความพิถีพิถันนี้ ได้ดำเนินการนำโดย ผศ.กาญจนา เฟื่องศรี บุคลากรและนักศึกษาในสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี ภายใต้การกำกับดูแลจากสถาบันภาษา ศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และสำนักกิจการพิเศษ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต



ภาพที่ 1 น้ำอบไทยสวนดุสิต
ที่มา: Suan Dusit University (2021)

2. ผลการศึกษาระดับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน โดยรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน โดยรวม	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านวิสัยทัศน์	4.54	.459	มากที่สุด
2. ด้านโครงสร้างของงาน	4.10	.455	มาก
3. ด้านบรรยากาศขององค์กร	4.20	.536	มาก
4. ด้านภาวะผู้นำ	4.33	.505	มาก
5. ด้านระบบและกลไกการจูงใจในการทำงาน	4.70	.471	มากที่สุด
รวม	**4.37**	**.360**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านระบบและกลไกการจูงใจในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านวิสัยทัศน์ และน้อยที่สุดคือ ด้านโครงสร้างของงาน

3. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน โดยรวม

แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน โดยรวม	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.72	.333	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.39	.558	มาก
3. ด้านการเงิน	4.63	.338	มากที่สุด
4. ด้านเทคโนโลยี	4.53	.626	มากที่สุด
5. ด้านการดำเนินกิจกรรมการตลาด	4.64	.259	มากที่สุด
6. ด้านบุคลากร	4.68	.443	มากที่สุด
รวม	**4.60**	**.286**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร และน้อยที่สุดคือ ด้านราคา

4. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการนำเสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 แนวทางการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่า เครื่องหอมไทยสวนดุสิตได้รับการสืบทอดสูตรจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน ซึ่งจะมีกลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่พบจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คือ กลิ่นไม่มีความสม่ำเสมอในการปรุงของแต่ละรอบปี บางครั้งมีกลิ่นหอมน้อยและไม่คงทน หรือบางครั้งมีกลิ่นหอมมาก ทั้งนี้อาจเกิดจากกระบวนการอบร่ำมากน้อยเกินไป จึงทำให้ความคงทนของกลิ่นไม่สม่ำเสมอ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับกรรมวิธีการผลิต ซึ่งนอกจากจะใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง และสดใหม่แล้ว บรรจุภัณฑ์สำหรับเก็บรักษากลิ่นให้คงทนยาวนานไม่ผิดเพี้ยนก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เช่น ดินสอพอง อาจทำเป็นรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่เพียงแค่หยดน้ำ และปรับปรุงกลิ่นดินสอพองให้เป็นกลิ่นอโรมาแบบผ่อนคลายด้วย โดยให้เหมาะสมในการนำไปใช้เพื่อสุขภาพ ส่วนบุหงาก็เช่นเดียวกัน ควรพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความสวยงาม แปลกตา น่าสนใจ เช่น พัดบุหงา ตุ๊กตา และปรับปรุงกลิ่นให้มีความคงทนมากขึ้น ซึ่งหากพัฒนาสินค้าให้เป็นที่นิยมและตอบโจทย์ลูกค้าได้ จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างยั่งยืน

4.2 แนวทางการพัฒนาด้านราคา ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่า เนื่องจากเครื่องหอมไทยสวนดุสิตได้ถูกปรุงขวดต่อขวดอย่างประณีตพิถีพิถัน อันมีกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากวัตถุดิบที่มีราคาสูง จึงทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตมีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าท้องตลาด ส่งผลให้ปริมาณยอดขายต่อปีไม่ได้สูงมากนัก ประกอบกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในยุคดิจิทัล

ผู้บริหารหน่วยงานควรมีกลยุทธ์รับมือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เช่น อาจตั้งราคาที่หลากหลายให้เลือกซื้อและเพิ่มคุณภาพมากขึ้น หรืออาจตั้งกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์ที่เน้นวัสดุรักษ์โลก เน้นความปลอดภัยในราคาไม่สูงมาก ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ และผู้บริโภคมีความยินดีที่จะจ่ายหากสินค้านั้นมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินที่จ่ายไป ฉะนั้นการตั้งราคาที่สมเหตุสมผลจะทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับและสามารถแข่งขันในตลาดเครื่องหอมไทยต่อไปได้

4.3 แนวทางการพัฒนาด้านการเงิน ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่า หัวใจของการอยู่รอดของธุรกิจคือการมีเงินทุนหมุนเวียนหรือมีเงินทุนสำรองอย่างเพียงพอ เพื่อหล่อเลี้ยงกิจการให้ดำเนินต่อไปได้ แต่เนื่องจากปัจจุบันวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงเครื่องหอมไทยสวนดุสิตมีราคาสูง ส่งผลให้ธุรกิจต้องนำเงินไปลงทุนหรือสต็อกวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น ดังนั้นผู้บริหารต้องสามารถบริหารจัดการเงินให้เหมาะสมด้วย นอกจากนี้ควรต้องรู้ว่ารายได้หลักของธุรกิจมาจากกิจกรรมส่วนไหน เข้ามาในช่องทางใด และจะทำอย่างไรให้มีรายได้เข้ามาอย่างต่อเนื่องท่ามกลางสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผันผวน ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างกำไรได้อย่างยั่งยืน

4.4 แนวทางการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่า เนื่องจากในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำงาน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสถานการณ์ต่างๆ กระตุ้นให้ธุรกิจนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงที่ต้องเตรียมรับมือ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เองได้สร้างการแข่งขันที่ร้อนแรงให้กับธุรกิจเครื่องหอมไทยสวนดุสิต สร้างความได้เปรียบ-เสียเปรียบในการขาย เช่น สินค้าชนิดเดียวกันแต่ลูกค้าอาจเลือกร้านที่มีตัวเลือกในการจ่ายเงินที่หลากหลายกว่า หรือสินค้าที่มีราคาสูง ลูกค้ามักจะต้องจ่ายด้วยบัตรเครดิตมากกว่า เป็นต้น ดังนั้นผู้บริหารต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยเปลี่ยนการทำงานเป็นแบบออนไลน์มากขึ้น เพื่อยกระดับธุรกิจให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน เช่น การขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเข้ามาชมสินค้าโดยไม่ต้องเดินทางมาหน้าร้าน ตลอดจนลูกค้าสามารถทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสให้ธุรกิจสามารถสร้างยอดขายได้เพิ่มขึ้น และสามารถผลักดันสินค้าให้เป็นที่รู้จักได้อย่างกว้างขวาง

4.5 แนวทางการพัฒนาด้านการดำเนินกิจกรรมการตลาด ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่า เนื่องจากปัจจุบันลูกค้านิยมใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มมากขึ้น ช่องทางออนไลน์จึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการทำตลาดในยุคดิจิทัล ซึ่งปัจจุบันเครื่องหอมไทยสวนดุสิตยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการขายแบบออฟไลน์ ดังนั้นผู้บริหารควรมีการทำการตลาดผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งมีอยู่หลากหลายช่องทาง เช่น Website, Facebook, LINE, YouTube เป็นต้น นอกเหนือจากการขายหน้าร้านเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เพื่อเป็นการโปรโมทสินค้า/บริการ ให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้จำนวนมากและตรงกลุ่มเป้าหมาย ในขณะเดียวกันลูกค้าก็สามารถรู้จักผลิตภัณฑ์เครื่องไทยสวนดุสิตได้อย่างง่ายดาย และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งจะทำให้สินค้ามียอดขายเพิ่มขึ้น และเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

4.6 แนวทางการพัฒนาด้านบุคลากร ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นว่า กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจก็คือกำลังคน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน ดังนั้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารต้องปรับตัวให้เท่าทันสถานการณ์ และพัฒนาทักษะตนเองและบุคลากรอยู่เสมอ สามารถเรียนรู้และอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มีทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการทำ

การตลาดดิจิทัลผ่านโซเชียลมีเดียหลากหลายช่องทาง รวมทั้งมีทักษะด้านภาษาเนื่องจากต้องสื่อสารกับคนทั่วโลก ตลอดจนมีทักษะการปรับตัว โดยต้องเป็นคนหูไวตาไว อัพเดทข่าวสารรอบตัวอยู่เสมอ และมีทักษะการตัดสินใจเมื่อต้องเผชิญกับภาวะที่ซับซ้อน ไม่แน่นอน หรือท่ามกลางข้อมูลจำนวนมหาศาล และมีทักษะในการเข้าใจผู้อื่น ซึ่งการที่มีบุคลากรที่พร้อมรับมือกับยุคดิจิทัลได้ จะเป็นรากฐานสำคัญให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้ (1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่าแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญเรื่องการทดสอบการตลาด/การหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ และการสร้างสรรค์เครื่องหอมที่มีความแปลกใหม่ตามเทศกาลหรือกระแสนิยมอย่างต่อเนื่องและคงความเป็นเอกลักษณ์ ดังที่ Perreault et al. (1991) ได้กล่าวถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิม หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ จะเห็นได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ทำให้กิจการมีโอกาสทำกำไรสูง (Charoensook, 2004) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chumkate (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ควรสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่เกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นดูมีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์โดดเด่นเน้นเรื่องราว ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนแข็งแรงขึ้น นำรายได้ให้กับชาวบ้านมากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lavong et al. (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ตำบลสวายจีก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ควรมีลักษณะการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบรูปร่างรูปทรง มีอัตลักษณ์ลวดลายเฉพาะตน ไม่ซ้ำใคร (2) ด้านราคา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ด้านราคา ควรให้ความสำคัญเรื่องราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องหอม รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณผลิตภัณฑ์เครื่องหอม และมีการระบุราคาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมอย่างชัดเจน ณ จุดขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lavong et al. (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ตำบลสวายจีก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ราคาผลิตภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณ

ในขณะที่ Rungrawipiriyakit (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้การบูรของโรงเรียนบ้านป้องกันตนเองด่านชุมพล ตำบลด่านชุมพล อำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด พบว่า ราคาของผลิตภัณฑ์ควรมีทุกระดับที่ลูกค้าซื้อได้ ราคาไม่แตกต่างกับคู่แข่ง และมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และควรมีการศึกษาความได้เปรียบเรื่องต้นทุน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (3) ด้านการเงิน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ด้านการเงิน ควรให้ความสำคัญเรื่องแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจเครื่องหอมอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว รองลงมาคือ มีการสำรองเงินสดอย่างเพียงพอและเหมาะสม และมีการรายงานสถานะทางการเงินของธุรกิจให้ผู้บริหารทราบตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ Lavong et al. (2021) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ตำบลสวายจีก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ควรมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความได้เปรียบเรื่องต้นทุน และด้านการเงินเพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านการลงทุน ซึ่งหากผู้ประกอบการมีเงินทุนของตนเองที่จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ (Kaewpol–Ngam, 2009) (4) ด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ด้านเทคโนโลยี ควรให้ความสำคัญเรื่องการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการต่าง ๆ จะช่วยให้ต้นทุนสินค้าลดลงได้ รองลงมาคือ มีการโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียมากขึ้นเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่สนใจของลูกค้าอย่างกว้างขวาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Perreault et al. (1991) กล่าวว่า ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการได้รับการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewpol–Ngam (2009) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดินสอพองเพื่อเพิ่มมูลค่า พบว่า ควรมีการใช้เทคโนโลยีเข้าร่วมในกระบวนการผลิต เพื่อลดขั้นตอนการผลิต และสร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจ (5) ด้านการดำเนินกิจกรรมการตลาดพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่าแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ด้านการดำเนินกิจกรรมการตลาดควรให้ความสำคัญเรื่องการจัดตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม เพื่อใช้เป็นจุดเช็คอินของลูกค้า รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอเพื่อให้สะดวกต่อการใช้บริการ และง่ายต่อการขนส่ง และมีการจัดวางสินค้าประเภทเดียวกันให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน แยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อ ดังแนวคิดของ Perreault et al. (1991) กล่าวว่า ปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูง ทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาด จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี “ความใหม่” ที่แตกต่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saitep & Permthai (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าและเพื่อการส่งออก โดยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า (6) ด้านนวัตกรรมความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการแสวงหาวิธีการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถส่งมอบสินค้าได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย (Lavong et al., 2021) รวมถึงควรมีการส่งเสริมการตลาด สามารถจัดจำหน่ายทั้งขายส่งและขายปลีกได้ โดยผู้บริโภคสามารถมีกำลังในการซื้อสินค้าและมีตลาดรองรับ (Kaewpol–Ngam, 2009) และควรคำนึงถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นช่องทางออนไลน์ด้วย

(Rungrawipiriyakit, 2017) (7) ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืน ด้านบุคลากรควรให้ความสำคัญเรื่องบุคคลากรมีความรู้ความสามารถในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย รองลงมาคือ บุคลากรมีความเชี่ยวชาญด้านการรักษาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง และมีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lavong et al. (2021)ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ตำบลสวายจีก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ควรพัฒนาพนักงานให้ใช้ความรู้ ทักษะด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน เช่น เข้าอบรม รวมไปถึงมีทักษะทางด้านการขาย เนื่องจากพนักงานขายถือเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้บริโภค และทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด (Charoensook, 2004) ซึ่งลูกค้าถือเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญมากต่อองค์กรหรือบริษัทที่ผลิตสินค้าหรือบริการ เพราะการผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่บริษัทผลิตออกมาเพื่อจะนำเสนอขายยังท้องตลาดนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงการตอบสนอง และความต้องการของลูกค้าเป็นประการสำคัญ

สรุปผล

เครื่องหอมไทยสวนดุสิตเกิดจากภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษไทย ส่งผลให้มากคุณค่ายิ่งกว่าความหอม ที่อยู่คู่ประเพณีวัฒนธรรมไทยแต่โบราณกระทั่งถึงปัจจุบันที่มีลักษณะโดดเด่นจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่การที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตสู่ความยั่งยืนนั้น ควรให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการเงิน ด้านเทคโนโลยี ด้านการดำเนินกิจกรรมการตลาด และด้านบุคลากร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้ผลิตภัณฑ์สามารถดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในด้านข้อเสนอแนะจากการวิจัยและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากลและทันสมัยตามยุคสมัย โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากท้องตลาด มีความปลอดภัย และมีรูปแบบที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งจะเป็นส่วนผลักดันให้เครื่องหอมไทยสวนดุสิตมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ และระดับโลก อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการสืบสานและส่งต่อให้คนรุ่นหลังได้อย่างมีคุณค่าและยั่งยืนสืบไป

1.2 ควรมีการเตรียมความพร้อมการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยเชื่อมโยงระบบเทคโนโลยีดิจิทัลกับกระบวนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ซึ่งจะเป็นการยกระดับและเสริมความเข้มแข็งให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยให้สามารถแข่งขันในระดับโลกได้อย่างยั่งยืน

1.3 ควรเสริมสร้างทักษะบุคลากร ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล ด้วยการเติมเต็มด้านความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา เพื่อต่อยอดความได้เปรียบ และยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยสวนดุสิตให้เข้าสู่อุตสาหกรรมเครื่องหอมได้อย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 สามารถทำการศึกษาเกี่ยวกับสูตรและกลิ่นของเครื่องหอมไทยสวนดุสิตให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน หรือกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

2.2 สามารถทำการศึกษาถึงภาชนะบรรจุภัณฑ์ที่เก็บรักษาความหอมของผลิตภัณฑ์ เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา

2.3 สามารถทำการศึกษาถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์เครื่องหอมไทยให้มีความหลากหลาย ทันสมัย และสอดคล้องกับยุคสมัยปัจจุบัน

References

Boonruang, N. (2008). **Thai Fragrances: A Case Study of Piyachanok Thai Wisdom Information Center in Nakhon Pathom.** Mahidol University.

Buakaew, P. (2011). **Community Product Development Guidelines.** https://research.pbru.ac.th/

Bunthanom, T. (1991). Thai Art of Fragrance. *Feature Magazine*, 7(82), 90–108.

Chansirirattana, S. (2013). **Local Souvenirs: Guideline for the Product Development for Promotion of Cultural Tourism, Kalasin Province.** Mahasarakham University.

Charoensook, S. (2004). **Adaptation of Marketing Strategy for Thai Traditional Retailing.** Sripatum University.

Chumkate, J. (2017). **Product Development from Local Wisdom to Increase an Efficiency of Community–Based Management with Sustainability in Thai–Muslim Village, Amphur Cha Am, Phetchaburi Province.** Silpakorn University.

Kaewpol–Ngam, C. (2009). **Ways for Developing and Adding Value to the White Clay Products.** Khon Kaen University.

Kusonsermsuk, B. (2022). **Thai Fragrance.** https://oer.learn.in.th/search/detail/result/48115

Lavong, A., Chatukul, A., Chajchawanpanich, K., Pholkerd, P. & Watcharapongkasem, V. (2021). Product Development Guideline Referring to Local Identity for Competitiveness in Sawai–Chek Community Enterprise, Muang Distirct, Buriram. *Disciplinary Journal Buriram Rajabhat University*, 5(1), 23–33.

Liangrokapart, J. (2011). **Sales Promotion.** https://pai1992.blogspot.com/

Perreault, W. D. Jr., Cannon, J. P. & McCarthy, E. J. (1991). **Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach.** McGraw–Hill.

Phonimdaeng, B. (2014). **Thai Fragrance Heritage.** Phetkarnruen.

Royal Academy. (1995). **Royal Institute Dictionary, 1982.** Aksorn Charoen Tat.

Rungrawipiriyakit, K. (2017). **The Approaches to Developing of Camphor Flower Product for Ban Pong Gan Ton Eng Danchumphon School, Danchompon Sub–District, Borai District, Trat Province.** Burapha University.

Saitep, K. & Permthai, P. (2017). Guideline for the Community Product Development for Export of Artificial Flowers Community Business Group at Mae Tha Sub–Distrist, Mae Tha District, Lampang Province. *Journal of Modern Management Science*, 10(2), 1–11.

Sanyawiwat, S. (1983). **Community Development.** Thai Watana Panich.

Siamrath. (2019). **Suan Dusit Thai Perfume: the Exquisite Fragrance of the Royal Palace.** https://siamrath.co.th/n/73102

Suan Dusit University. (2021). **Nam Ob Thai Suan Dusit from the Fragrance of Kradangnga to a Symphony of Floral Aromas.** https://www.dusit.ac.th/home/2021/878437.html

Supap, S. (2001). **Sociology.** Thai Watana Panich.

Thanaphum, V. (2006). **Amazing Thai Fragrances.** https://mgronline.com/qol/detail/9490000028533