



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริม  
สมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

Development Patterns on Value-added Products of the  
community enterprise for Khok Samrong Herb promotion  
group in Khok Samrong District, Lop Buri Provice

ดร. สุกัญญา พยุงสิน  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี  
ประจำปีงบประมาณ 2561

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร โศกสำโรง อ.โศกสำโรง จ.ลพบุรี สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีภายใต้ความอนุเคราะห์ที่ให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วยความเคารพยิ่ง

ขอขอบพระคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่กรุณาให้คำชี้แนะแนวทาง ให้กำลังใจ สนับสนุนเวลา และงบประมาณสำหรับการฝึกอบรมพัฒนาตนเองในทุกๆ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านข้อมูล และให้ความร่วมมือให้สัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีตลอดการดำเนินการวิจัย

ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ปลูกฝังความมานะพยายามในการพัฒนาตนเอง เพื่อจะได้ทำคุณประโยชน์ในวิชาชีพและสังคมต่อไป กราบขอบพระคุณบุคคลอันเป็นที่รักยิ่งทั้งบิดาและมารดา ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดเวลา คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากงานวิจัย ขอมอบคุณความดีทุกประการให้แก่ทุกท่านที่กล่าวนามมาข้างต้น

ดร. สุกัญญา พยุงสิน

## บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี 2) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มสมาชิกสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้สมุนไพรใน อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี จำนวน 26 คน และ ผู้บริโภค คือชาวบ้านในชุมชนอำเภอโคกสำโรงและผู้ที่มาศึกษาดูงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 90 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติบรรยาย (descriptive statistics) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

### ผลการวิจัยพบว่า

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี พบว่าผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตโดยให้สมุนไพรและผ่านกระบวนการผลิตตามแบบของวิธีตามท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงบรรจุใส่ถุงพลาสติก ไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีตราสัญลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและ ที่บ่งบอกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความไม่น่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลความต้องการเพื่อหาแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร มีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าควรสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแบบมีส่วนร่วมจากสมาชิกในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกๆ ขั้นตอน และจากการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนฯ และผู้บริโภคมีต่อการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ นั้นพบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก และความพึงพอใจในตราผลิตภัณฑ์ ที่มีการบ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและสามารถใช้กับทุกๆ ผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก

# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการการวิจัย.....	2
ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ข้อมูลชุมชนอำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี.....	6
ประวัติความเป็นมา.....	6
เขตพื้นที่.....	6
แผนที่.....	7
การแบ่งเขตการปกครอง.....	7
การปกครองส่วนท้องถิ่น.....	8
จำนวนประชากร.....	8
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....	9
ความหมายของผลิตภัณฑ์.....	9
องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์.....	9
แนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์.....	10
หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์.....	10
ประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	11
วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์.....	12

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
แนวคิดเกี่ยวกับฉลากของสินค้า.....	13
ความหมายของฉลากสินค้า.....	13
การแสดงฉลากสินค้า.....	13
ประเภทของฉลากสินค้า.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน.....	14
ความหมายของธุรกิจชุมชน.....	14
ลักษณะของชุมชน.....	14
องค์ประกอบของธุรกิจชุมชน.....	15
ขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน.....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3   วิธีการดำเนินการวิจัย.....	21
บทที่ 4   ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
ตอนที่ 1 การศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี.....	25
ตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี.....	29
บทที่ 5   สรุป และข้อเสนอแนะ.....	42
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	42
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	42
สรุปผลการวิจัย.....	43
ข้อเสนอแนะ.....	47
บรรณานุกรม.....	48
ภาคผนวก.....	50
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	52
ประวัติผู้วิจัย.....	54

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย.....	3
ภาพที่ 2.1 แผนที่ อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี.....	7
ภาพที่ 3.1 จัดสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรม.....	21
ภาพที่ 3.2 สัมภาษณ์เชิงลึกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเพนียด.....	22
ภาพที่ 3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ใหญ่บ้านหมู่ 7.....	23
ภาพที่ 3.4 ลงพื้นที่กลุ่มสมุนไพรมโคกสำโรงลพบุรี.....	24
ภาพที่ 4.1 ประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสมุนไพรม.....	25
ภาพที่ 4.2 การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรม.....	27
ภาพที่ 4.3 วิทยากรให้คำแนะนำเกี่ยวกับสมุนไพรมในชุมชน.....	29
ภาพที่ 4.4 การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรม.....	30
ภาพที่ 4.5 ชิงแห้ง.....	32
ภาพที่ 4.6 สารส้มสะอาด.....	32
ภาพที่ 4.7 ข้ำแห้ง.....	33
ภาพที่ 4.8 ไพลแห้ง.....	33
ภาพที่ 4.9 เกล็ดสินเธาว์.....	34
ภาพที่ 4.10 มะกรูด.....	34
ภาพที่ 4.11 พืชมเสน.....	35
ภาพที่ 4.12 เถาเอ็นอ่อน.....	35
ภาพที่ 4.13 ตะไคร้.....	36
ภาพที่ 4.14 การบูร.....	36
ภาพที่ 4.15 ขมิ้น.....	37
ภาพที่ 4.16 ว่านนางคำ.....	37
ภาพที่ 4.17 บรรจุภัณฑ์สมุนไพรมโคกสำโรง.....	38
ภาพที่ 4.18 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรมโคกสำโรง ต้นแบบ.....	39
ภาพที่ 4.19 ตราผลิตภัณฑ์สมุนไพรมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรมโคกสำโรงต้นแบบ.....	39

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	เปรียบเทียบแนวโน้มการใช้สมุนไพร..... 26
ตารางที่ 2	ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่ม ผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์..... 40
ตารางที่ 3	ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่ม ผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์..... 41

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันมูลค่าการส่งออกสมุนไพรไทยอยู่ใน หลักแสนล้านบาท ซึ่งถือว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพร แปร รูปไทยประเภทผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารของกลุ่ม OTOP มีการเติบโตที่สูง กระทรวงสาธารณสุข ได้ พยายามดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา สมุนไพรไทย: สมุนไพรไทย-สินค้าโลก พ.ศ. 2556-2560 เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาสมุนไพรไทยสู่ผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าทางสมุนไพรในตลาดโลก แต่ อุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาดของสมุนไพรไทยจะยังมีปัญหา และอุปสรรคมาก ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ จึงจำเป็นต้องมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดอาเซียนและตลาดโลก (กรมส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรม, 2559)

นโยบายของภาครัฐยังให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องและมุ่งเน้นการกำหนด นโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ โดยเร่งสร้างโอกาส ด้านการสร้างรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ โดยการส่งเสริมอาชีพ ให้ประชาชนมีรายได้ที่มั่นคง มีการ เรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือให้มีมาตรฐาน ยกกระดับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนและ ดำเนินการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการอาชีพทางการเกษตร ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ที่ ปัจจุบันประสบปัญหาการถูกเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ทำให้ไม่ได้รับความเป็นธรรมเพื่อแก้ไข ปัญหาดังกล่าวกระทรวงมหาดไทยจึงอนุมัติให้กรมพัฒนาชุมชนดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือ ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ให้สามารถมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น (กรมการพัฒนาชุมชน ,2560)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง เกิดจากการรวมกลุ่มของสมาชิกภายในชุมชน ต.เพนียด อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาประมาณ 7 ปี สมาชิกเป็นเกษตรกรภายใน ชุมชนที่ว่างจากการทำนาและต้องการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวจึงมีแนวคิดที่จะนำสมุนไพรที่อยู่ ภายในท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและจะดำรงไว้ซึ่งภูมิปัญญา ของบรรพบุรุษ จึงทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เช่น น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ กะลาดูดกลืน สบู่สมุนไพร ซึ่งเป็นสินค้าที่เกิดจากวัตถุดิบที่อยู่ในท้องถิ่นเพื่อการสร้างเสริมความเข้มแข็งภายใน ชุมชน แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดปัจจุบันมีมากมายทำให้มีสินค้าที่เป็นคู่แข่ง เป็นจำนวนมาก จึงทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีการพัฒนาในตัวผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่า สินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วม มีการวางแผนการพัฒนา อาชีพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อชุมชนเป็นการรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ของชุมชน ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นและยังสอดคล้องกับ นโยบายของมหาวิทยาลัยเรื่องของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น และได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นใน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ของชุมชนเพื่อให้เกิดการต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้นและเกิดประโยชน์แก่ ชุมชนในการนำไปสู่การพึ่งตนเอง ตลอดจนเพื่อการก้าวไปสู่การเพิ่มมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของ ชุมชนต่อไป



### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

### ขอบเขตของโครงการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

#### 2. ขอบเขตด้านประชากร

2.1 ประชากร คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้สมุนไพรใน อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี จำนวน 26 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน และผู้บริโภคน 110 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้สมุนไพรใน อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี จำนวน 26 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน และผู้บริโภคน คือชาวบ้านในชุมชนอำเภอโคกสำโรงและผู้ที่มาศึกษาดูงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 90 คน

#### 3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ขอบเขตของเนื้อหา คือ การพัฒนารูปแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบตราเพื่อเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

### กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร  
โคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี มีกรอบแนวความคิด ดังนี้



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### นียมศัพท์เฉพาะ

1. วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบกิจการของชุมชนเพื่อทำการผลิตสินค้า ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีการรวมตัวกันเพื่อประกอบกิจการเพื่อสร้างรายได้ พัฒนาตนเองภายในชุมชนและระหว่างชุมชน
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ภายในชุมชนให้ด้วยการออกแบบให้มีความทันสมัย มีประโยชน์ในการใช้งานตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและสร้างการจดจำทางการตลาด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มาเสริมสร้างความพร้อมของหน่วยงานตนเอง เพื่อรองรับต่อการเป็นศูนย์กลางของการถ่ายทอดภูมิปัญญาในอนาคตได้
2. ส่งเสริมและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพพร้อมสำหรับการส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิก ได้พัฒนากลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนและมหาวิทยาลัยฯ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการจัดการตลาดและการบริหารเข้ามาใช้เป็นหลักของการศึกษาพร้อมทั้งประยุกต์จากผลการวิจัยหลายเรื่องที่มีความคล้ายคลึงกันเข้ามาเป็นแนวทางเพิ่มเติม โดยมีเนื้อหาหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลชุมชน อำเภอโคกสำโรง จ.ลพบุรี
  - 1.1 ประวัติความเป็นมา
  - 1.2 เขตพื้นที่
  - 1.3 แผนที่ตั้ง
  - 1.4 การแบ่งเขตการปกครอง
  - 1.5 การปกครองส่วนท้องถิ่น
  - 1.6 จำนวนประชากร
  - 1.7 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
  - 2.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์
  - 2.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
  - 3.1 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์
  - 3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์
  - 3.3 วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเกี่ยวกับฉลากของสินค้า
  - 4.1 ความหมายของฉลากสินค้า
  - 4.2 การแสดงฉลากสินค้า
  - 4.3 ประเภทของฉลากสินค้า
5. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน
  - 5.1 ความหมายของธุรกิจชุมชน
  - 5.2 ลักษณะชุมชน
  - 5.3 องค์ประกอบของธุรกิจชุมชน
  - 5.4 ขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน
  - 5.5 การจัดการธุรกิจชุมชน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## ข้อมูลชุมชนอำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี

### 1. ประวัติความเป็นมา

อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี เป็นที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอโคกสำโรง เดิมเป็นเมือง เรียกว่า “เมืองละครสามโรง” โดยเหตุว่า เมื่อเศรษฐีสร้างเมืองนี้ขึ้นได้มีละครเล่นประจำอยู่ 3 โรง มีเนินดินและคูโดยรอบมีวัดเก่าๆ ปริกหักพังเหลือแต่ซากกำแพงอยู่หลายแห่ง และต่อมากการเรียกชื่อ กลายเป็น “โคกสำโรง” ตามข้อสันนิษฐานที่เล่าสืบกันมาว่าเมืองละครสามโรงนี้ร้างแล้วตามเนินดิน เหล่านั้นจะมีต้นสำโรงขึ้นอยู่มาก จึงเรียกกันว่า “โคกสำโรง” เป็นนิยายที่อ้างอิงเล่าต่อกันมาพิจารณา แล้วคงได้ความว่าบริเวณอำเภอโคกสำโรงต้องเมืองเก่าแก่แน่ เพราะมีวัดวาอารามปริกหักพังอยู่ตาม ตำบลต่างๆ หลายแห่ง ฉะนั้นในสมัยขอมเป็นใหญ่ในลพบุรี อาจมีเรื่องราวอยู่บ้างไม่มากก็น้อย แต่ยังไม่พบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของอำเภอโคกสำโรง

ที่ว่าการอำเภอโคกสำโรงเดิมตั้งอยู่ทางด้านตะวันตกของภูเขาพุดา ตำบลห้วยโป่ง เรียกชื่อว่า กิ่งอำเภอพุดา ตำบลห้วยโป่ง เรียกชื่อว่า กิ่งอำเภอพุดา สังกัดมณฑลอยุธยา สมัยนั้นขุน สุรณรงค์เป็นนายอำเภอ พ.ศ.2342 ต่อมาสมัยหลวงอนุমানสารกรรม (กลิน) เป็นนายอำเภอ พ.ศ. 2342 ได้พิจารณาเห็นว่าสถานที่ตั้งที่ว่าการอำเภอเดิมมีพลเมืองน้อย การคมนาคมลำบากมาก จึงได้ ย้ายมาตั้งที่ว่าการอำเภอใหม่อยู่ทางด้านเหนือประมาณ 4 เส้นแต่ด้วยเหตุ ใดไม่ปรากฏได้ใช้ชื่ออำเภอว่า กิ่งอำเภอสระโบสถ์ และยกฐานะเป็นอำเภอในเวลาต่อมาแต่สถานที่ ตั้งอยู่บ้านโคกสำโรง ซึ่งปรากฏว่าเป็นศูนย์กลางของพลเมืองที่จะมาติดต่อได้สะดวก ฉะนั้นบ้านโคก สำโรงมีราษฎรคนหนึ่งชื่อนายตัง เป็นคนมีเงินและมีคนนับถือมาก ได้ขอแรงราษฎรช่วยกันสร้างที่ว่า การอำเภอโคกสำโรงเป็นอาคารไม้หลังคาแฝก อำเภอใหม่นี้ย้ายมาสร้างระหว่าง พ.ศ. 2352 และ ต่อมาประมาณ พ.ศ.2467 สมัยขุนศรีรัตนาท (เต่า สมชนะ) เป็นนายอำเภอได้ย้ายตัวที่ว่าการอำเภอ มาปลูกใหม่ ณ บริเวณปัจจุบันโดยได้ขอแรงราษฎรหาไม้มาปลูกสร้างและมุงหลังคากระเบื้องอยู่มากจน ปัจจุบันนี้

### 2. เขตพื้นที่

อำเภอโคกสำโรงตั้งอยู่ทางตอนกลาง ค่อนไปทางทิศตะวันตกของจังหวัด มีอาณาเขต ติดต่อกับอำเภอข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลเกาะแก้ว, ตำบลหนองแขม, อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลเพนียด, ตำบลคลองเกตุ, อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับตำบลคลองเกตุ, ตำบลวังขอนขว้าง, อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับตำบลวังจั่น, ตำบลลุ่มเหล็ก, อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี

## 3. แผนที่ตั้ง



ภาพที่ 2.1 แผนที่ อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

## 4. การแบ่งเขตการปกครอง

อำเภอโคกสำโรงแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 13 ตำบล 137 หมู่บ้าน ได้แก่

- |                  |              |
|------------------|--------------|
| 4.1 โคกสำโรง     | 4.2 เกาะแก้ว |
| 4.3 ทองเหล็ก     | 4.4 หลุมข้าว |
| 4.5 ห้วยไผ่      | 4.6 คลองเกตุ |
| 4.7 เหนียด       | 4.8 สะแกราบ  |
| 4.9 วังเพลิง     | 4.10 ดงมะรุม |
| 4.11 วังขอนขว้าง | 4.12 วังชัน  |
| 4.13 ทองแซม      |              |

## 5. การปกครองส่วนท้องถิ่น

ท้องที่อำเภอโคกสำโรงประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 14 แห่ง ได้แก่

เทศบาลอำเภอโคกสำโรง	ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลโคกสำโรง
องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสำโรง	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโคกสำโรง (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลโคกสำโรง)
องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะแก้ว	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเกาะแก้วทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลถลุงเหล็ก	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลถลุงเหล็กทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลหลุมข้าว	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหลุมข้าวทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยโป่ง	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลห้วยโป่งทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลคลองเกตุ	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองเกตุทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลสะแกราบ	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสะแกราบทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลเพนียด	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเพนียดทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลวังเพลิง	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังเพลิงทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลดงมะรุม	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลดงมะรุมทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลวังขอนขว้าง	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังขอนขว้างทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลวังจั่น	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังจั่นทั้งตำบล
องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแถม	ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองแถมทั้งตำบล

## 6. จำนวนประชากร

มีประชากรทั้งสิ้น 84,792 คน (พ.ศ. 2560) มีความหนาแน่นเฉลี่ย 86.30 คนต่อตารางกิโลเมตร

## 7. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

1. เขาวงพระจันทร์ในช่วงเทศกาล ประมาณเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี
  2. โบราณสถานวัดพรหมทินใต้
  3. หลวงพ่อพระพุทธรูป สูง 9 เมตร ประดิษฐานอยู่ที่วัดพรหมทินใต้ อำเภอโคกสำโรง นำได้ว่าเป็นพระพุทธรูปที่มีความงดงามที่สุดองค์หนึ่ง
  4. เขาวงพระจันทร์ ภูเขาที่มีรูปร่างสวยงามและมีความสูงที่สุดในจังหวัดลพบุรี
- นมัสการรอยพระพุทธรูปแท้ ตำบลห้วยโป่ง
5. วัดราชบรรทม (เขาตะเภา) นมัสการรอยพระพุทธรูป ตำบลเพนียด
  6. วัดเนินรังวรปัญญา (ลานนางฟ้า) นมัสการรอยพระพุทธรูป ตำบลยางราก
  7. บ้านหนองแฉัง แกะสลักหินทราย
  8. แหล่งโบราณคดีบ้านพรหมทินใต้และหลวงพ่พระพุทธรูป สูง 9 เมตร ภายในวัดพรหมทินใต้ ตำบลหลุมข้าว
  9. เขาจะเข้เป็นเขาที่มีรูปร่างคล้ายจะเข้ตามตำนานเมืองลพบุรี
  10. ตลาดสดโคกสำโรง ตลาดสดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดลพบุรี

11. วัดเขากะโหลก
12. เขาตะเกียบ วัดราชบูรรม
13. แหล่งโบราณคดีบ้านดงมะรุม
14. วัดเขาสระพรานนาค ตำบลห้วยโป่ง
15. ศาลหลักเมือง ศาลเจ้าแม่กวนอิม

## แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

### 1. ความหมายของผลิตภัณฑ์

คอตเลอร์ (Kotler, 2003, p. 394) กล่าวว่า วัสดุผลิตภัณฑ์ หมายถึง อะไรก็ได้ที่สามารถนำเสนอขายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

สมใจ บุญทานนท์ (2552, หน้า 104) กล่าวว่า วัสดุผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่นักการตลาดมาเสนอขายกับตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งรวมถึงสินค้า บริการ ประสบการณ์ กิจกรรม บุคคล สถานที่ สินทรัพย์ องค์กร สารสนเทศ ความคิด

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า วัสดุผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นและนำมาเสนอขายในตลาดเพื่อเรียกร้องความสนใจให้เกิดการซื้อขาย การใช้หรือการบริโภค และอาจ สามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะสิ่งที่มีตัวตนสามารถสัมผัสจับต้องได้เท่านั้น แต่รวมถึงบริการ กิจกรรม บุคคล สถานที่ องค์กร ความคิด ประสบการณ์ หรืออื่น ๆ

### 2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ หมายถึง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีการใส่คุณค่าเพิ่มขึ้นเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามระดับมูลค่าที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งนักการตลาดต้องนำมาพิจารณาในการกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค มีองค์ประกอบที่สามารถแบ่งออกเป็น 5 แบบดังต่อไปนี้ (Kotler, 2003, p. 408)

**2.1 ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product)** หมายถึง ผลประโยชน์หลักที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อ หรือใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์หลักของโรงแรม คือ การพักผ่อน ผลิตภัณฑ์หลักของกระเป่าถือ คือ การใส่สิ่งของ ผลิตภัณฑ์หลักของปากกา คือ การขีดเขียน ผลิตภัณฑ์หลักของนาฬิกา คือ การดูเวลา เป็นต้น หน้าที่ของผู้บริหารการตลาด ก็คือ การศึกษาถึงผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการจะได้รับจริง ๆ จากการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อจะได้นำข้อมูลนี้ไปวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะตรงกับผลประโยชน์หลักที่ผู้บริโภคต้องการ

**2.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน (Tangible product)** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้จากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มีองค์ประกอบที่ผู้บริหารการตลาดต้องศึกษาและนำมาสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขึ้นอยู่กับ 5 ประการ คือ

**2.2.1 ลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์** เช่น กระดาษไอเดีย มีการออกแบบให้กระดาษมีลักษณะถนอมสายตาและขณะเดียวกันก็อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

**2.2.2 คุณภาพ** เช่น กระดาษถ่ายเอกสารจะมีคุณภาพที่แตกต่างกันตามน้ำหนักกระดาษ ได้แก่ 70 แกรม 85 แกรม หรือ 90 แกรม เป็นต้น



2.2.3 รูปแบบ เช่น บ้านจัดสรรจะมีหลายรูปแบบให้เลือก ได้แก่ บ้านทรงเกาหลี บ้านทรงสเปน เป็นต้น

2.2.4 ตราสินค้า เช่น แอลจี ซัมซุง โซนี่ โตชิบา เป็นต้น

2.2.5 บรรจุภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ในกล่องกระดาษ ถุงกระดาษ ขวดแก้ว หรือ ขອງพลาสติก

2.3 ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติมที่ผู้บริโภคได้รับ นอกเหนือจากประโยชน์หลักของตัวผลิตภัณฑ์ โดยอยู่ในรูปของการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย เช่น การรับประกัน การขนส่งฟรี การให้คำแนะนำปรึกษา การทดลองใช้ เป็นต้น ผลประโยชน์เพิ่มเติมนี้ผู้บริหารการตลาดสามารถนำมาสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ ยิ่งผลิตภัณฑ์ควบมีความแตกต่างและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้มากกว่าคู่แข่งเพียงใด จะยิ่งช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัทมากเท่านั้น

2.4 ผลิตภัณฑ์คาดหวัง (Expected product) หมายถึง ความนึกคิดของผู้บริโภคที่คาดหวังไว้ เกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ที่จะได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ เช่น การซื้อรองเท้า ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รองเท้าที่ใส่แล้วนุ่มสบายเท้า ความคาดหวังจากการซื้อสบู่ คือ ผิวนุ่ม ความคาดหวังจากการซื้อเสื้อผ้า คือ ใส่แล้วสวย บุคลิกดี เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังนี้ผู้บริโภคอาจคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนหรือผลิตภัณฑ์ควบก็ได้ ผู้บริหารการตลาดจะต้องศึกษาถึงความคาดหวังของผู้บริโภคจากการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อจะได้นำข้อมูลนั้นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภคมากที่สุด

2.5 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ (Potential Product) เนื่องจากการที่ธุรกิจแข่งขันกันสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยการมอบผลิตภัณฑ์ที่ควบให้แก่ลูกค้าจนกลายเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้จากการซื้อ การทำให้ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพโดยการสร้างเพิ่มเติม เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญในการสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต ซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอ นักการตลาดต้องสร้างความประทับใจและความเบิกบานใจ ให้กับลูกค้าด้วย

## แนวคิดด้านบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการผลิตภาชนะที่จะนำมาบรรจุหรือหุ้มสินค้า เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้านั้นเกิดการแตกหักหรือเสื่อมสภาพ นอกจากนี้ยังช่วยในการสื่อสารทางการตลาดได้อีกทางหนึ่งด้วย นักการตลาดส่วนใหญ่มักจะเรียกภาชนะเหล่านี้ว่า “บรรจุภัณฑ์” ประเด็นที่จะกล่าวถึงคือ หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ประเภทของบรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ (สมใจ บุญทานนท์, 2552, หน้า 124) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 1. หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในด้านการตลาด หลาย ๆ บริษัทเริ่มนำกลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์มาแข่งขันกันมากขึ้น นอกเหนือจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่นับวันจะมีคุณภาพใกล้เคียงกัน

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน จะไม่ได้เน้นเฉพาะการปกป้องคุ้มครองสินค้าตามเหตุผลชั้นปฐมภูมิเท่านั้น แต่มีการเพิ่มหน้าที่อื่น ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าด้วยหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์จึงมีหลายประการ ดังนี้

**1.1 การป้องกันรักษา** วัตถุประสงค์พื้นฐานของการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้กับผลิตภัณฑ์ คือ การป้องกันรักษาไม่ให้เกิดความเสียหายไม่ว่าจะเป็นทางด้านกายภาพได้แก่ การแตกหัก การชำรุด เป็นต้น และความเสียหายทางด้านเคมี ได้แก่ การเสื่อมสภาพเนื่องจากสารในผลิตภัณฑ์ทำปฏิกิริยากับอากาศ แสงแดด หรือน้ำ เช่น การขึ้นรา ของบูดเน่า

**1.2 ช่วยในการสื่อสารการตลาด** บรรจุภัณฑ์จะทำให้ผู้บริโภคทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ตราสินค้า คุณสมบัติ วิธีการใช้งาน ปริมาณ วันเดือนปีที่ผลิต วันหมดอายุ ค่าเตือน รูปภาพประกอบ บาร์โค้ด สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อได้เองโดยไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานขาย

**1.3 ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์** การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นได้ ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันคุณภาพเหมือนกันแต่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปตาย เช่น ขนมครกใส่ภาชนะใบตองกับใส่ในภาชนะโฟม เป็นต้น การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากการใช้บรรจุภัณฑ์ ทำให้บริษัทมีผลกำไรเพิ่มขึ้นได้ เพราะบริษัทสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงขึ้น

**1.4 ช่วยสร้างความสะดวก** บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมักจะออกแบบภาชนะห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ ให้มีความสะดวกต่อการบริโภค และง่ายต่อการซื้อหาและใช้สอย เช่น หลอดยาสีฟันที่มีฝาเปิดปิดสะดวก เป็นต้น

**1.5 ช่วยในการส่งเสริมการขาย** บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย และเร็วขึ้น เพราะสามารถกระตุ้นความสนใจและสร้างความสะดุดตาได้เป็นอย่างดี ยิ่งบริษัทออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งขึ้นมาเท่าไร การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคก็มากขึ้นเท่านั้น ตัวอย่างเช่น ซองขนมขบเคี้ยว กล่องสบู่ กล่องนม เป็นต้น

## 2. ประเภทของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันมีรูปแบบแตกต่างกัน การตัดสินใจเลือกบรรจุภัณฑ์จึงขึ้นอยู่กับ การนำไปใช้ประโยชน์ว่าต้องการให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่อะไร ดังนั้นผู้บริหารการตลาดควรทราบถึงประเภทของบรรจุภัณฑ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

**2.1 บรรจุภัณฑ์หลัก (primary package)** เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ติดกับตัวสินค้าโดยตรง เพื่อทำหน้าที่ในการป้องกันรักษาสินค้าไม่ให้แตกหักเสียหายหรือเสื่อมสภาพ เช่น ขวดน้ำหอม กล่องนม หลอดยาสีฟัน ขวดสุรา เป็นต้น

**2.2 บรรจุภัณฑ์รอง (secondary package)** เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาจากบรรจุภัณฑ์หลักอีกชั้นหนึ่ง ทำหน้าที่ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์หลักอีกชั้นหนึ่ง เพื่อป้องกันรักษาสินค้าไม่ให้เสียหาย นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารและช่วยสร้างความดึงดูดใจแก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย เช่น กล่องกระดาษที่ใช้ห่อหุ้มขวดน้ำหอม กล่องนม และกล่องใส่หลอดยาสีฟัน เป็นต้น

2.3 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (shipping package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ในการ ป้องกันรักษาในขณะที่มีการขนส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค หรือนำไปจัดเก็บเพื่อรอจำหน่าย เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก ตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น

### 3. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์

วัสดุที่นิยมนำมาใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มีอยู่จำนวนมาก แต่ที่นิยมใช้มีอยู่ 4 ชนิด คือ ไม้ แก้ว โลหะ และพลาสติก ดังนี้

3.1 ไม้ เป็นวัสดุตามธรรมชาติที่นิยมนำมาใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่ในอดีตโดยนำ ส่วนของใบและลำต้นมาช่วยในการบรรจุสินค้า เช่น ใบตอง ใบมะพร้าว ใบลาน หวาย นำมาจัก สาน กระบองไม้ไผ่ เป็นต้น ต่อมาเมื่อเกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้มีการแปรรูปให้ โดยนำ เฉพาะเนื้อเยื่อมาผลิตเป็นกระดาษเพื่อใช้บรรจุสินค้า กระดาษสามารถนำมาทำบรรจุภัณฑ์ได้หลาย รูปแบบ เช่น กล่องกระดาษ ลัง ถุง เป็นต้น ข้อดีของกระดาษคือ สามารถนำมาสร้างเป็นรูปแบบต่าง ๆ ได้มากมาย ผลิตง่าย มีน้ำหนักเบา สามารถเพิ่มเติมสีสันต่าง ๆ ตามที่ต้องการได้ สะดวกต่อ การเคลื่อนย้าย แต่ก็มีข้อเสีย คือ มีความแข็งแรงน้อย ถ้าซ้อนทับกันมากๆ อาจทำให้สินค้า แตกหักเสียหายได้ หรือถ้าถูกน้ำอาจฉีกขาดได้ง่าย ปัจจุบันนี้ผู้ผลิตหลาย ๆ รายพยายามหาวัสดุอื่น มาทดแทน เนื่องจากไม้เป็นวัสดุธรรมชาติที่นับวันจะลดน้อยลงทุกปี ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาการขาด แคลนได้ในอนาคต

3.2 แก้ว เป็นวัสดุที่มีลักษณะโปร่งใส นิยมผลิตให้อยู่ในรูปของขวด หลากหลายขนาด ที่แตกต่างกัน สามารถกำหนดสีสันหรือการออกแบบลวดลายตามความต้องการสามารถนำ กลับมาใช้ใหม่ได้อีกหลาย ๆ ครั้ง นอกจากนี้แก้วยังสามารถป้องกันสินค้าที่สร้างปฏิกิริยาทางเคมีกับ อากาศได้ดีอีกด้วย แต่ข้อเสียของแก้วคือ แตกหักง่าย ต้นทุนการผลิตสูงและไม่สะดวกในการขนส่ง นอกจากนี้ยังสิ้นเปลืองเนื้อที่ในการจัดเก็บอีกด้วย

3.3 โลหะ ที่นิยมนำมาใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์กันมาก คือ “อลูมิเนียม” ตัวอย่างของ โลหะที่พบเห็นกันนั้นจะอยู่ในรูปของ “กระป๋อง” เช่น กระป๋องสี กระป๋องนม ผลไม้กระป๋อง เป็น ต้น โลหะเหล่านี้มีคุณสมบัติพิเศษ คือ ทนความร้อนได้ดี ไม่เป็นสนิม แต่มีข้อเสีย คือ ถ้าได้รับแรง กระแทกมาก ๆ อาจทำให้บุหรือฉีกขาดได้ ในปัจจุบันมีการนำอลูมิเนียมไปผลิตเป็นซองบรรจุอาหาร เพื่อป้องกันไม่ให้อากาศเข้า ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถใช้ สีสันที่สวยงาม มีลักษณะแวววาว ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3.4 พลาสติก เป็นวัสดุอีกชนิดหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้ผลิตทั้งหลายในการนำไปใช้ บรรจุสินค้า เนื่องจากเป็นวัสดุที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปทรงได้ง่าย จะทำให้แข็งแรงแบบกระป๋อง อลูมิเนียมหรือผลิตเป็นซองเพื่อบรรจุอาหารก็ได้ พลาสติกมีหลายประเภทซึ่งมีระดับคุณภาพที่แตกต่างกัน บางชนิดอากาศผ่านได้ บางชนิดอากาศผ่านไม่ได้ ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรมีความรู้และความเข้าใจ คุณสมบัติของพลาสติกแต่ละชนิดเป็นอย่างดีเพื่อจะได้เลือกใช้ให้เหมาะสมกับสินค้า

วัสดุทั้ง 4 ชนิดเป็นวัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหาร เพื่อทำ หน้าที่ในการป้องกันรักษา และแนวโน้มในอนาคตคาดว่าจะมีการใช้วัสดุผสมมากขึ้น คือ การนำเอา วัสดุตั้งแต่ 2 ชนิดมารวมกันสร้างเป็นบรรจุภัณฑ์ขึ้นมา เรียกกระบวนการนี้ว่า “ลามิเนท”

(Laminate) เช่น การนำพลาสติกผสมกับอลูมิเนียม กระดาษผสมกับอลูมิเนียม กระดาษผสมกับพลาสติก ซึ่งเป็นการทำให้วัสดุมี จุดติเพิ่มขึ้นโดยการลดจุดด้อยของวัสดุชนิดหนึ่ง และนำจุดดีของวัสดุอีกชนิดหนึ่งไปแก้ไขข้อบกพร่อง เช่น กระจกป้องกันรังสี ตัวกระจกทำจากกระดาษหลายชั้น ภายในสุดฉนวนด้วยอลูมิเนียม ฟอยล์ เป็นต้น

## แนวคิดเกี่ยวกับฉลากของสินค้า

ฉลากถือเป็นส่วนประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องทำความเข้าใจ ในส่วนนี้จะกล่าวถึงฉลาก 3 ประเด็นด้วยกัน คือ ความหมาย การแสดงฉลากสินค้า และประเภทของฉลาก ดังนี้

### 1. ความหมายของฉลากสินค้า

ฉลาก (label) กระดาษหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าที่แสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุ หรือสอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุ และหมายความรวมถึงเอกสารหรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้า ป้ายที่ติดตั้ง หรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

สินค้าที่ควบคุมฉลาก ได้แก่ สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพร่างกายและจิตใจ เนื่องจากการใช้สินค้าหรือโดยสภาพของสินค้านั้น ได้แก่ บอแรกซ์ เครื่องทำน้ำร้อน ลูกโป่งบรรจุก๊าซไฮโดรเจน เป็นต้น ฉลากจึงถือเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อีกอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะต้องตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบของฉลากที่ต้องการให้ตรงกับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการฉลากกำหนด ข้อความที่ปรากฏบนฉลาก ได้แก่ ชื่อและสถานประกอบการของผู้ประกอบธุรกิจ และเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบธุรกิจที่จดทะเบียนแล้วในประเทศไทย ชื่อสินค้า ประเทศที่ผลิต ราคา ปริมาณ วิธีใช้ คำแนะนำ คำเตือน วันเดือนปีที่ผลิต วันเดือนปีที่หมดอายุ

### 2. การแสดงฉลากสินค้า

โดยทั่วไปการแสดงฉลากของสินค้าจะแสดงไว้ที่ตัวสินค้า หรือถ้าไม่สามารถแสดงไว้ที่ตัวสินค้าได้ทั้งหมด อาจนำไปแสดงในส่วนต่าง ๆ ได้อีก 4 ทางเลือก คือ

- 2.1 แสดงไว้ในส่วนหนึ่งส่วนใดของตัวสินค้า ภาชนะบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ
- 2.2 แทรกหรือรวมไว้กับสินค้า ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ
- 2.3 แสดงไว้ในเอกสารหรือคู่มือประจำสินค้า
- 2.4 แสดงเป็นป้ายโดยติดตั้งไว้ที่สินค้า ภาชนะบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ

สิ่งสำคัญที่สุดในการแสดงฉลากนอกเหนือจากที่ได้กล่าวไว้ ก็คือฉลากที่แสดงทั้งหมด ผู้บริโภคต้องสามารถเห็นและอ่านได้อย่างชัดเจน

### 3. ประเภทของฉลากสินค้า

ฉลากมีตั้งแต่ที่เป็นแถบป้ายง่าย ๆ ไปจนถึงการออกแบบที่มีความสลับซับซ้อน หน้าที่ของฉลาก จะช่วยในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับให้ผู้บริโภคได้รับทราบ ประเภทของฉลากที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

3.1 ฉลากที่แสดงตราสินค้า (brand label) เป็นฉลากที่แสดงเฉพาะตราสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว เช่น ฉลากที่ติดอยู่เครื่องใช้สำนักงาน เสื้อผ้า เป็นต้น

3.2 ฉลากที่แสดงคุณภาพของสินค้า (grade label) เป็นฉลากที่บ่งบอกให้ทราบถึงคุณภาพของสินค้า เช่น นมถั่วเหลืองที่ผลิตจากถั่วเหลืองแท้ 100%

3.3 ฉลากที่แสดงรายละเอียดของสินค้า (descriptive label) เป็นฉลากที่บอกรายละเอียดของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนผสม สรรพคุณ วิธีการใช้ ปริมาณบรรจุ แหล่งผลิต วันที่ผลิต วันหมดอายุ บาร์โค้ด

## แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน

### 1. ความหมายของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคล หรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ กิจกรรมโดยช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด ในรูปของการร่วมทุน ร่วมผลิต ร่วมดำเนินธุรกิจ และร่วมรับประโยชน์โดยเป็นธุรกิจที่มาจากความต้องการของ ชุมชน และมีความสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดย มีเป้าหมายที่จะให้ชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความรัก ความสามัคคีและชุมชนมีความเข้มแข็ง อย่างยั่งยืน (อภิชัย พันธเสน และคณะ, 2545)

ธุรกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนอันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชนซึ่งเป็นรากฐานของชนบทไทยจะเข้มแข็งได้นั้นจะต้องยืนหยัดด้วยความสามารถของชุมชนเองโดยอาศัยความร่วมมือหรือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่จะพัฒนาไปสู่ธุรกิจของชุมชนที่จัดตั้งขึ้นให้มีความเจริญเติบโต ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนที่อยู่ในภาคชนบทให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไป(ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ,ออนไลน์, 2559)

สรุปความหมายของธุรกิจชุมชนได้ว่า หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนโดยบุคคลในชุมชนมีวัตถุประสงค์ร่วมกันใน การลงทุน การผลิต การบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจ โดยกิจกรรมของธุรกิจชุมชนนั้นต้องมีความสอดคล้องกับสังคม การดำเนินชีวิต ทรัพยากรภายในท้องถิ่น และ สิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนที่อยู่ในชุมชนนั้นๆ ให้มี ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และสามารถพึ่งพาตนเองได้

### 2. ลักษณะของชุมชน

ปาณวัฒน์ อุทัยเลิศ (2551) ยังได้อธิบายถึงลักษณะของธุรกิจชุมชนว่ามีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป โดยธุรกิจชุมชนมีลักษณะเฉพาะ ดังนี้ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจ ในธุรกิจได้ทันทีและรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และ ตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจาก สมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะได้มาจากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ หรือผลิตสินค้าภายในชุมชน ในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไรเพื่อแบ่งให้แก่สมาชิกตามปกติโดยคำนึงถึง

1) ขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้อุรกิจดำเนินการได้อย่างราบรื่น และมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเป็นการสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก

2) ต้นทุนในการจัดหา อุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด เนื่องจากธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเอง การเป็นเพื่อนบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า ได้ทันที่

3) การเริ่มต้นธุรกิจ ชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่ายโดยคณะบุคคล มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่ง สนใจทำธุรกิจร่วมกัน มีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินลงทุนไม่มาก ทุกคนเป็น สมาชิก ไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก แจกจ่ายสินค้าให้ผู้บริโภค กิจกรรมการส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังโรงงานอุตสาหกรรม หรือไปยังผู้บริโภค เรียกว่า การแจกจ่าย เป็นการทำให้สินค้าไหลสมำเสมอจากสวน ไร่ นา จากโรงงานไปสู่ผู้ประสงค์จะบริโภคสินค้านั้นๆ

### 3. องค์ประกอบของธุรกิจชุมชน

องค์ประกอบของธุรกิจชุมชนที่สำคัญมี 7 ประการได้แก่

3.1 การมีอุดมการณ์ร่วมกัน หมายถึง ทิศนะต่อโลก ต่อสังคม และต่อชุมชนร่วมกันถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะยึดเหนี่ยวทิศทางของการรวมกลุ่มกันเอาไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าสามารถกำหนดเป้าหมาย หรือวิสัยทัศน์ได้ยิ่งทำให้อุรกิจชุมชนนั้นมีการรวมตัวได้ดียิ่งขึ้น

3.2 การมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อให้สามารถกำหนดได้ว่าจะเดินไปข้างหน้าเพื่ออะไร

3.3 การมีผลประโยชน์ร่วมกันและการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ทุกคนต้องการธุรกิจชุมชนจึงต้องสร้างข้อมูลให้เกิดการรับรู้ทั่วไปว่าผลประโยชน์ของการรวมตัวเป็นองค์กรคืออะไร

1.4 บุคคล รวมไปถึงผู้นำ สมาชิก และชาวบ้านทั่วไปโดยผู้นำถือเป็นผู้กุมความอยู่รอดของธุรกิจชุมชนหากผู้นำได้รับการยอมรับมีความสามารถปฏิบัติดี สร้างความสามัคคี และคิดถึงส่วนรวมจริงๆ จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความเข้มแข็งได้ส่วนสมาชิกหากมีการร่วมมือและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้ง ทางความคิด วางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติ และการประเมินผลจนมีสิทธิที่จะได้รับผลประโยชน์จากองค์กร ซึ่งสมาชิกบางคนร่วมคิดร่วมทำงานกับองค์กรเสมอบางคนร่วมบ้างไม่ร่วมบ้าง และบางคนเฝ้าดูอยู่เฉยๆ และชาวบ้านทั่วไปที่ไม่เข้าร่วมในธุรกิจแต่มีผลต่อการดำรงอยู่ และความเข้มแข็งต่อ องค์กรเพราะเป็นกลุ่มคนที่เฝ้าดูติดตาม วิพากษ์วิจารณ์และพร้อมจะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมกับธุรกิจ

3.5 การบริหารจัดการ ถือเป็นเรื่องซึ่งขาดความเข้มแข็งของธุรกิจ ซึ่งการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การตัดสินใจร่วมกันซึ่งสมาชิกต้องรู้สึกเป็นเจ้าของไม่ปล่อยให้เป็นการตัดสินใจของผู้นำฝ่ายเดียวด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ควรแบ่งให้เป็นตำแหน่งที่มีเนื้อหางานให้ปฏิบัติจริง ด้านสถานที่เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมและการจัดกิจกรรม เก็บวัสดุอุปกรณ์ และใช้ประโยชน์อื่นๆ ในชุมชน การมีกฎกติการ่วมกันซึ่งถือเป็นข้อตกลงร่วมกันเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ ด้านการสื่อสารระหว่างผู้นำกับสมาชิกในองค์กรช่วยให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ และร่วมมือกันมากขึ้น ซึ่งการสื่อสารทำได้หลายรูปแบบเช่น การจัดประชุมชี้แจงแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแจ้งข่าวสารผ่านหอกระจายข่าว และการประชุมแกนนำ เป็นต้น ด้านการควบคุมตรวจสอบ เมื่อมีการแบ่งหน้าที่แล้วต้อง มีการควบคุมตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีการรับรู้อย่างโปร่งใส โดยเฉพาะด้านการเงิน

3.6 กิจกรรมการเรียนรู้ ฝึกฝน และปฏิบัติจริง ในการสร้างแผนปฏิบัติการต้องกำหนดกิจกรรมและช่วงเวลาให้ชัดเจนเพื่อการติดตามและตรวจสอบได้ถือเป็นกาสร้าง ความเข้มแข็งของธุรกิจนอกจากนี้ กิจกรรมยังมีส่วนสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำสมาชิก และชาวบ้านให้ทำงานร่วมกัน และเป็น กิจกรรมที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง

3.7 งบประมาณ เพื่อให้แผนงานของธุรกิจดำเนินไปด้วยดี จำเป็นต้องมีการระดมทุนทั้งภายในและภายนอกเพื่อให้สามารถทำกิจกรรมได้ควรกระตุ้นให้มีการระดมทุนจากภายในก่อนเมื่อขาดงบประมาณส่วนนี้แล้วค่อยหาเพิ่มเติมจากภายนอก

## 2. ขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

ขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จได้นั้น ควรมีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

4.1 ค้นหาความต้องการของตลาดธุรกิจชุมชนจะต้องทราบถึง ความต้องการสินค้าและบริการของตลาด ความได้เปรียบทางด้านการผลิตหรือการแข่งขันเพราะชุมชนแต่ละพื้นที่มีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรที่แตกต่างกัน นั่นคือชุมชนควรตระหนักว่า จะนำทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่มาผลิตสินค้าอะไร (what)

4.2 เลือกวิธีการผลิตที่เหมาะสมธุรกิจชุมชนต้องทราบว่าผู้ที่จะลงมือผลิตมีใครบ้างและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมีใครบ้าง จึงควรให้ผู้ที่มีความสามารถนี้เป็นผู้ลงมือผลิต ให้คำแนะนำในการผลิต ให้มีการระดมสมองของคนเหล่านี้ และยังสามารถพึ่งพาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอย่างไร (how)

4.3 ใครคือกลุ่มเป้าหมายธุรกิจชุมชนจะต้องทราบว่าควรขายสินค้าให้กับใคร และลูกค้าจะซื้อสินค้าของเราได้อย่างไร ซึ่งลูกค้าอาจแบ่งเป็นลูกค้าท้องถิ่นและลูกค้านอกท้องถิ่น ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวสินค้าและความต้องการสินค้าจะเป็นตัวกำหนดว่าลูกค้าเป็นใคร (for whom)

2.4 กำหนดรูปแบบที่เหมาะสมรูปแบบที่เหมาะสมของธุรกิจชุมชน แบ่งเป็น

2.4.1 กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (informal group) คือ ไม่มีการจดทะเบียนตามกรอบกฎหมายใดๆ มีความเป็นอิสระในการดำเนินงานแต่ไม่สามารถทำนิติกรรมในนามของกลุ่มได้ ข้อเสียของการตั้งกลุ่มแบบนี้คือ ไม่สามารถระดมเงินทุนได้ และข้อดี คือ การบริหารงานภายในกลุ่มมีความคล่องตัวเนื่องจากสมาชิกจะบริหารงานภายในกลุ่ม

2.4.2 กลุ่มที่เป็นทางการ (formal group) คือ กลุ่มที่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นในรูปของสหกรณ์หรือบริษัทจำกัด ข้อเสียของการจัดตั้งกลุ่มคือ การบริหารงานมีความซับซ้อนมากขึ้นและมีความล่าช้า สำหรับข้อดี คือ การระดมทุนสามารถทำได้รวดเร็ว

#### 4.5 การจัดการธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนจะต้องมีการวางแผนจัดการธุรกิจชุมชนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงิน และบัญชี ดังนี้

1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นแรงผลักดันให้องค์กรธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งหลักในการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพนั้นประกอบไปด้วยสิ่งต่อไปนี้

- ต้องมีการอบรมให้แก่พนักงาน
- ต้องมีการจัดสรรตำแหน่งงานให้เหมาะสมกับความสามารถของบุคคล
- ต้องมีการจัดระบบการดำเนินงานให้เหมาะสม เช่น ระบบบัญชีที่ดี และ

เหมาะสม ต่อประเภทธุรกิจ

- ต้องมีการติดตามดูแลการดำเนินการอย่างใกล้ชิด
- ต้องมีการสื่อสารระหว่างกันภายในองค์กรอยู่เสมอ
- ต้องฝึกให้แต่ละคนสามารถทำงานได้หลายหน้าที่ เพื่อให้เกิดความคิด

สร้างสรรค์ในการพัฒนางานที่ทำ

- ต้องมีการกระจายความรับผิดชอบ

2) การจัดการการตลาด หน้าที่ของธุรกิจที่สำคัญที่ช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งธุรกิจต้องทำการศึกษาค้นคว้าให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง จึงมีแนวทางวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

- 2.1 ผลิตภัณฑ์ (product)
- 2.2 ราคา (price)
- 2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (place)
- 2.4 การส่งเสริมการตลาด (promotion)

3) การจัดการการผลิต เป็นการจัดการกระบวนการแปรสภาพทรัพยากรต่างๆ เช่น ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ และเงินทุน ให้เป็นสินค้าหรือบริการ ในการผลิตของแต่ละองค์กร หรือในแต่ละชุมชนย่อมต้องมีการแบ่งหน้าที่ของแต่ละคนภายในองค์กรเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบ และสะดวกต่อการดำเนินการ ซึ่งหน้าที่ที่สำคัญของหน่วยการผลิตนั้น แบ่งออกได้ดังนี้

3.1 หน้าที่ด้านวิศวกรรม เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดว่าจะทำการผลิตสินค้าด้วยวิธีใด ใช้อะไรเป็นวัตถุดิบ ใช้เครื่องจักรและกำลังการผลิตเท่าไร เพื่อให้ได้ผลผลิตออกมาตามที่ถูก กำหนดไว้

3.2 หน้าที่การวางแผน และควบคุมการผลิต เกี่ยวข้องกับการกำหนดว่าในการผลิตสินค้าหนึ่งอย่างต้องมีการใช้วัตถุดิบเท่าไรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และช่วยลดต้นทุนการผลิตด้วย



3.3 หน้าที่การควบคุมสินค้าคงเหลือ เกี่ยวข้องกับการควบคุมให้วัสดุที่เกี่ยวกับการผลิตมีจำนวนเพียงพอตลอดในช่วงระยะเวลาที่ผลิตแต่ไม่ได้หมายความว่าต้องมีการจัดหาวัตถุดิบมาในปริมาณที่มากเกินไปความต้องการเพียงแต่การจัดหาที่ดีต้องเป็นการจัดหาวัตถุดิบในปริมาณที่สามารถรองรับการ สูญเสียของวัสดุในระหว่างการผลิตได้

3.4 หน้าที่การจัดซื้อจัดหามีความสำคัญอย่างมากต่อการผลิตและสัมพันธ์กับหน้าที่การวางแผน และหน้าที่ด้านวิศวกรรม เพราะว่าหากฝ่ายผลิตได้วัสดุที่ไม่ดีพอ หรือราคาแพงเกินไปจะกระทบต่อการดำเนินการเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้จัดซื้อต้องคำนึงถึงระดับ คุณภาพของวัสดุ แหล่งของวัสดุที่ต้องการสั่งซื้อ ราคาของวัตถุดิบ และมาตรฐานการตรวจรับวัตถุดิบ

3.5 หน้าที่การควบคุมคุณภาพหลังจากสิ้นสุดขั้นตอนของการผลิตแล้วการตรวจสอบคุณภาพ เป็นขั้นตอนที่จำเป็นอย่างมากเพราะว่าการที่สินค้านั้นจะสามารถแข่งขันกับสินค้าของคู่แข่งได้นั้น คุณภาพจะถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ ดังนั้นการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้จึงเป็นเรื่องสำคัญ

4) การจัดการการเงิน และบัญชีในการจัดทำบัญชีจะต้องมีการทำงบการเงิน ซึ่งเป็นรายงาน ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของธุรกิจงบการเงินที่สำคัญที่ สมาชิกกลุ่มอาชีพควรจัดทำรายงานทางบัญชี มีรายละเอียดดังนี้

4.1 งบดุล หมายถึง รายงานการเงินที่แสดงฐานะการเงินของธุรกิจ ประกอบไปด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้เจ้าของ โดยทั่วไปจะแสดง ณ วันสิ้นงวดบัญชี

4.2 งบกำไรขาดทุน หมายถึงรายงานทางการเงินที่แสดงผล การดำเนินงานของธุรกิจภายในรอบระยะเวลาหนึ่งของการดำเนินงานว่าธุรกิจมีรายได้รวมทั้งสิ้นเพื่อหากำไรหรือขาดทุนจากการดำเนินงาน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางการศึกษา โดยผลงานวิจัยดังกล่าวมีรายละเอียดทางวิชาการ และผลการศึกษาดังต่อไปนี้

วรรณภา กัลยาสาย (2552) ได้กล่าวถึง การวิจัยเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มพัฒนาอาชีพฯ ได้ผลการวิจัยที่เป็นแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมาตรฐานคือ ต้องมีตราผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีข้อมูลแหล่งที่มา ส่วนประกอบที่สำคัญในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการสร้างความโดดเด่นและจดจำง่ายต่อผลิตภัณฑ์ โดยการดำเนินการแบบมีส่วนร่วม สมาชิกจะช่วยกันเสนอรูปแบบที่ต้องการก่อนเพื่อทำการออกแบบ และนำมาต้นแบบมาทำการพิจารณาร่วมกันจนเป็นที่พอใจจึงนำมาใช้งาน

วัฒนา บันเทิงสุข (2546) ได้กล่าวถึง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการใช้สมุนไพรในชุมชนบ้านชากดัดเต่า จังหวัดระยอง พบว่ากระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเป็นการนำเอาจุดแข็งและจุดอ่อนของการมีส่วนร่วมของชุมชนมาปรับแนวทางแนะนำเพื่อให้เกิดการพัฒนาภายในชุมชนโดยการส่งเสริมและพัฒนาในสิ่งที่ชุมชนต้องการให้เป็นไปตามสภาพบริบทของชุมชนนั้น ๆ โดยการใช้อยู่คนภายในชุมชนและสิ่งแวดล้อมอื่น

ภายในชุมชน เช่น ภูมิปัญญา วัตถุดิบ ทักษะ แรงงาน วัฒนธรรม มาใช้สำหรับการพัฒนาได้ตามศักยภาพของคนที่เกี่ยวข้องซึ่งถือได้ว่าเป็นทุนที่สำคัญของชุมชน

ปณิณัฒ์ช ธนัทพรชรรัตน และฉันทนา สุรัสวดี (2557) ได้กล่าวถึง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลที่มะนาว อำเภอยะบะดาจ จังหวัดลพบุรี พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากใช้รูปแบบอย่างง่าย ๆ พิมพ์ข้อความบรรยายสรรพคุณบนกระดาษธรรมดาติดไว้ที่ผลิตภัณฑ์ สินค้าบางประเภทบรรจุลงขวดพลาสติกโดยไม่มีฉลาก ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ และแม้ว่าเคยมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนได้เข้ามาช่วยออกแบบสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้กับทางกลุ่ม แต่เนื่องจากกลุ่มไม่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจึงส่งผลให้ไม่ยอมรับแบบสัญลักษณ์ที่ออกแบบมา หลังจากเข้ามาทำการวิจัยพบว่ากลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มๆ โดยการใช้กระบวนการมีส่วนร่วม ทำให้มีผลงานที่ออกแบบมาจากกระบวนการมีส่วนร่วมสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มๆ ได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้เกิดการยอมรับและยังสร้างความภูมิใจให้กับกลุ่มๆเป็นอย่างมาก และจากการสำรวจความพึงพอใจในระดับมากทั้งทางด้านบรรจุภัณฑ์และตราของผลิตภัณฑ์

ศศิวิมล จุลศิลป์ (2551) ได้กล่าวถึงการพัฒนาแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน: การประยุกต์ใช้กระบวนการ เอไอซี พบว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนมีเงื่อนไขความสำเร็จและแนวทางการนำรูปแบบไปใช้ได้ ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการปรับแนวคิด การมีส่วนร่วมในการสร้างจิตอาสา การมีส่วนร่วมในการสำรวจภูมิปัญญา การมีส่วนร่วมในการหาแนวทางวางแผนงาน การมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมในการมุ่งมั่นติดตามประเมินผล การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้จะทำให้คนในชุมชนส่วนใหญ่รู้สึกภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นเกียรติได้มีส่วนร่วม

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้จำแนกการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

**วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1** เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

#### ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และตัวแปรที่ต้องการศึกษา รวมทั้งสร้างแบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร ต.เพนียด อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

2. ผู้วิจัยลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้สมุนไพรใน อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี จำนวน 26 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน

3. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)





ภาพที่ 3.1 จัดสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรร

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

#### ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

2. แบบสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มสมาชิกสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้สมุนไพรในอำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี จำนวน 26 คน และ ผู้บริโภค คือชาวบ้านในชุมชนอำเภอโคกสำโรง และผู้ที่มาศึกษาดูงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 90 คน

3. ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key- Informant Interview) เพื่อระดมความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ดังนี้

1) นายพิชัย เชนูชาญ นายกองค้การบรหิการส่วนต้าบลเพนียด อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี



ภาพที่ 3.2 สัมภาษณ์เชิงลึกนายกองค้การบรหิการส่วนต้าบลเพนียด

2) นายปรัชญา จงรักชอบ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 7 ตำบลเพนียด



ภาพที่ 3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ใหญ่บ้านหมู่ 7

## 3) กลุ่มสมุนไพรรักษาโรคสำหรับ



ภาพที่ 3.4 ลงพื้นที่กลุ่มสมุนไพรรักษาโรคสำหรับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏ

## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผู้วิจัยได้เรียงลำดับการนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- ตอนที่ 1 การศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี
- ตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้สมุนไพรในท้องถิ่น อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี พบว่าแนวโน้มการเติบโตของการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร มีแนวโน้มที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสมุนไพร



การจัดประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี โดยเป็นการรวมประชุมกลุ่มของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ผู้นำชุมชน ผู้จัดจำหน่ายสมุนไพรเพื่อการรับทราบข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสมุนไพรภายในท้องถิ่น อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผู้วิจัยได้กล่าวถึงความจำเป็นในการทำวิจัยพร้อมทั้งทบทวนกลุ่มผู้ร่วมประชุม ในการประชุมได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อสะท้อนถึงแนวโน้มการใช้สมุนไพรไทยในปัจจุบันและสาเหตุที่ได้รับจากแนวโน้มที่เกิดขึ้นของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง โดยที่แต่ละกลุ่มตัวอย่างได้มีการเสนอแนะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันสามารถอธิบายออกมาในในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบแนวโน้มการใช้สมุนไพร

ตัวแทน	แนวโน้มการใช้สมุนไพร	สาเหตุ
กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร	มีแนวโน้มในการใช้ที่เพิ่มขึ้น	มีความต้องการในการใช้วัตถุดิบประเภทสมุนไพรมากขึ้น โดยได้รับการตอบรับจากความต้องการของผู้บริโภคทั้ง สมุนไพรสด สมุนไพรแปรรูป โดยนำไปทำเป็น ยา อาหาร เสริม ส่วนประสมของเครื่องสำอาง หรือ เครื่องดื่มในการอุปโภค ส่งผลให้กลุ่มมียอดการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นและต้องใช้ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรทั้งทางด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รูปแบบวิธีการใช้ บรรจุภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด
ผู้นำชุมชน	มีแนวโน้มในการใช้ที่เพิ่มขึ้น	-จากนโยบายของภาครัฐบาลในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อเป็นทางเลือกในการรักษาพยาบาลทำให้ความต้องการในการใช้สมุนไพรมีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนภายในท้องถิ่นมีอาชีพหลักและอาชีพเสริมจากการทำสมุนไพรเพิ่มมากขึ้นลดปัญหาการว่างงานภายในชุมชน ลดการออกจากชุมชน ช่วยให้ปัญหาภายในชุมชนลดลงคุณภาพชีวิตของคนภายในชุมชนดีขึ้นตามลำดับ
ผู้จัดจำหน่ายสมุนไพร	มีแนวโน้มในการใช้ที่เพิ่มขึ้น	-ในส่วนของ การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ผู้บริโภคทำความเข้าใจต่อคุณสมบัติของสมุนไพรไทยเพิ่มมากขึ้นและเป็นที่นิยมทำให้มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพิ่มมากขึ้นในทุกๆช่วงวัยหันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 4.2 การสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร

จากภาพที่ 4.2 ผู้วิจัยลงสัมภาษณ์ คุณนุชนารถ จันทร์นุ่ม ผู้อำนวยการกองสวัสดิการสังคม และคุณวิจิตา เจริญพันธุ์วงศ์ นักพัฒนาชุมชน ประจำองค์การบริหารส่วนตำบลเพนียด อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรซึ่งหน่วยงานมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สมุนไพรภายในท้องถิ่น ทำให้ทราบถึงข้อมูลการส่งเสริมและการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในเรื่องของการส่งเสริมการจัดจำหน่ายสมุนไพรและการฝึกอบรมผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรในรูปแบบต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดอาชีพภายในชุมชนอย่างสม่ำเสมอโดยมีการจัดอบรมสัมมนาเกี่ยวกับประโยชน์ของสมุนไพร การรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อให้ได้สมุนไพรที่มีคุณภาพโดยสามารถแบ่งประเด็นในส่วนของคุณจัดแข่งขัน จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ได้ดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT เพื่อกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ด้วยวิธีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis) มีรายละเอียดดังนี้

#### 1. การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength)

1.1 ภายในชุมชนมีความสามัคคีในระดับที่สามารถพัฒนาให้เป็นอาชีพที่ทำให้เกิดรายได้ของกลุ่มสมาชิกได้

1.2 สมาชิกมีความพร้อม ความคิดริเริ่มและความสามารถในการผลิตสมุนไพร

1.3 ในโครงสร้างของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรมีการตั้งคณะกรรมการ แบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน

1.4 มีการวางแผนการผลิต การตลาด การแปรรูป และมีการจ่ายค่าตอบแทนแรงงาน ภายในชุมชนอย่างสมเหตุสมผล

1.5 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการใช้ภูมิปัญญาชุมชนผสมผสานกับความรู้จากการอบรม ดูงาน มีการคิดค้น ปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ

1.6 ในการดำเนินงานภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังคงดำเนินงานบนพื้นฐานของการใช้แนวคิดในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชนและมีการใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมใช้ในการผลิตเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชน

## 2. การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness)

2.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรยังขาดความรู้ความชำนาญ ทางด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต

2.2 ยังขาดการทำการตลาดแบบสม่ำเสมอ เนื่องจากจะขายได้ก็ต่อเมื่อมีคำสั่งซื้อและ มีงานต่าง ๆ จากจังหวัด

2.3 ในการผลิตยังไม่ได้มาตรฐานเนื่องจากขาดเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อใช้ผลิต

2.4 ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสูงขึ้นต้องผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.5 สถานที่คับแคบไม่สะดวกสำหรับการใช้ในการเป็นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ บุคคลภายนอกที่มีความสนใจในเรื่องสมุนไพร

2.6 การส่งเสริมการตลาดยังขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน

2.7 ยังขาดสภาพคล่องด้านเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม

2.8 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังขาดความหลากหลาย ต้องการการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า สมุนไพรภายในชุมชนให้มีความเป็นมาตรฐานเพิ่มขึ้น

## 3. การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity)

3.1 ประชาชนส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น จึงนิยมนำสมุนไพรต่างๆ มาใช้ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น

3.2 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่น เกษตรอำเภอ สาธารณสุขจังหวัด มหาวิทยาลัยท้องถิ่น และแพทย์แผนไทยต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรและคุณสมบัติของสมุนไพร

## 4. การวิเคราะห์อุปสรรค (Threat)

4.1 ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นมาตรฐานสากล ยังไม่สามารถก้าวไปสู่เชิงพาณิชย์อย่างแท้จริง

4.2 ผลิตภัณฑ์บางประเภทยังไม่ได้ อ.ย. และยังไม่ผ่าน มผช.

4.3 อาคารสถานที่ ในการผลิตยังไม่มีการพัฒนาทำให้เสียเปรียบคู่แข่งในตลาด ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และเสียเปรียบกับคู่แข่งชั้นรายใหญ่ ทำให้กลุ่มไม่สามารถขยายตลาดได้ตามต้องการ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ทางผู้วิจัยได้จัดให้มีการเพิ่มทักษะตามความต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง ดังนี้



ภาพที่ 4.3 วิทยากรให้คำแนะนำเกี่ยวกับสมุนไพรในชุมชน

จากภาพที่ 4.3 จากการจัดประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสมุนไพรทางผู้วิจัยได้นำผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำแก่สมาชิกกลุ่ม และบุคคลที่สนใจในการเรียนรู้ถึงคุณสมบัติสรรพคุณของสมุนไพรภายในท้องถิ่นและการนำสมุนไพรมาใช้ในแต่ละประเภทของการรักษาเพื่อให้ได้คุณประโยชน์สูงสุด



ภาพที่ 4.4 การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

จากภาพที่ 4.4 ผู้เข้าร่วมการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากชุมชน ร่วมมือกันทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ถุงแช่มือ-ถุงแช่เท้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากของเดิมมีอยู่ภายในกลุ่มและร่วมกันออกแบบตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติและประโยชน์จากการใช้งานดังนี้

### ประโยชน์จากการแช่มือ-แช่เท้า

มือและเท้าเป็นอวัยวะที่ใช้ระบายเอาพิษออกจากร่างกาย เมื่อเราใช้มือและเท้าในกิจวัตรประจำวันมากกว่าส่วนอื่น กล้ามเนื้อที่มือและเท้าจะเกิดการเกร็งค้าง การขูดกั้วซา และการแช่มือแช่เท้า เป็นประจําวัน จะทำให้คลายการเกร็งค้าง เพิ่มการไหลเวียนเลือด และระบายพิษได้ ประโยชน์จากการแช่มือ-แช่เท้า มีดังนี้

1. ลดคลายเส้นประสาทเท้า
2. ลดอาการเส้นเอ็นตึง
3. ลดอาการอักเสบ
4. ลดอาการเจ็บ ปวดของกล้ามเนื้อ และกระดูกลดอาการชาที่ปลายมือ บริเวณขาและแขน
5. กระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต
6. ระบายพิษ ดีที่ออกซ์
7. ลดกลิ่นอับที่เท้า
8. ลดปัญหาส้นเท้าแตก

### วิธีการแช่

1. เลือกสมุนไพร ใช้สมุนไพรฤทธิ์ที่เหมาะสมกับตนเอง ถ้าร่างกายร้อน ควรใช้สมุนไพรฤทธิ์เย็น ถ้าร่างกายเย็นเกินไปให้ใช้สมุนไพรฤทธิ์ร้อน หากไม่มีสมุนไพร ใช้แค่น้ำเปล่าก็ได้ อ่านเพิ่มเติมเรื่อง ฤทธิ์ร้อน-เย็นได้

2. นำสมุนไพรประมาณ 1 ถัง ต้มกับน้ำ 1-2 ลิตร จนเดือดประมาณ 5 นาที แล้วผสมกับน้ำธรรมดาให้เท้าที่รู้สึกสบาย (หรือผสมให้อุ่นจัด จะได้ผลดี หากทนได้ไม่ต้องฝืนมาก)

3. แช่มือและเท้าในภาชนะที่เตรียมไว้ ให้ระดับน้ำท่วมข้อมือข้อเท้าแช่ 3 นาที แล้วยกขึ้นจากน้ำอุ่นพักไว้ 1 นาที แล้ว ทำซ้ำอีก 2 รอบ สามารถเติมน้ำร้อนเพิ่มได้ หากน้ำเริ่มเย็นลง

ควรรู้: ในการแช่แต่ละรอบไม่ควรแช่นานเกินไป ถ้าแช่นานเกินเวลาที่แนะนำ คือ 3 นาที มักจะพบว่ามืออาการอ่อนเพลียหรือไม่สบายในร่างกาย เนื่องจากอุณหภูมิของร่างกายเริ่มขึ้นสูง

### ส่วนประกอบของถุขงแ่งเท้้า ประกอบดว้ย

1. ชิงแ่งง สรรพคุณ มีฤทธิ์อุ่นร้อน ช่วยขับเหงื่อ ไล่ความเย็น ขับลม แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ ช่วยให้เจริญอาหาร และทำให้ร่างกายอบอุ่น ช่วยรักษาอาการคลื่นไส้ อาเจียน รักษาไข้หวัด อาการไอ ขับเสมหะ อาการปวดประจำเดือน อาการปวดฟัน แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก แก้อาการท้องเสีย ท้องร่วง (บริษัท ผึ้งหลวง สไปซ์ จำกัด, 2559)



ภาพที่ 4.5 ชิงแ่งง

ที่มา : บริษัท ผึ้งหลวง สไปซ์ จำกัด, 2559

2. สารส้มสตุ สรรพคุณ ตำราสรรพคุณยาโบราณว่า สารส้มมีรสฝาดเปรี้ยว มีสรรพคุณสมานทั้งภายในอกภายใน แก้ระดูขาว แก้หนองใน และหนองเรื้อรัง เป็นยาขับปัสสาวะ ขับนิ่ว แก้ปอดอักเสบ เป็นยาขับฟอกล้างโลหิตระดู แก้รำมะนาดเหงือกเป็นแผลบวม ทำให้ฟันมันคง แก้แผลในปากคอ สมานแผลห้ามเลือดในแผลเล็กน้อยสารส้มจัดเป็นยาสำคัญในตุ้ยาประจำบ้าน (บริษัท หลานหลวงสมุนไพรรจำกัด, 2559)

สารส้ม (ส-ตุ)

(Potash Alum)

เป็นเกลือภาพประกอบ



ภาพที่ 4.6 สารส้มสตุ

ที่มา : บริษัท หลานหลวงสมุนไพรรจำกัด, 2559

5. เกลือสินเธาว์ สรรพคุณ มีรสเค็ม ทำลายพรรตึก (แก้ท้องผูก) ล้างเมือกในลำไส้ ขับพยาธิในท้อง แก่ระส่ำระสาย แก่สมุฏฐานตรีโทษ ละลายนิ่ว ถ่วงเสมหะให้ลงเบื้องต่ำ รักษาเนื้อหนังไม่ให้เน่าเปื่อย บำรุงธาตุทั้ง 4 แก่น้ำดีพิการ แก่น้ำเหลืองเสีย บัญชียาจากสมุนไพรที่มีการใช้ตามองค์ความรู้ดั้งเดิม ตามประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ ในบัญชียาหลักแห่งชาติ ระบุการใช้เกลือสินเธาว์ ในตำรับ “ยาแก้ลมอัมพฤกษ์” มีส่วนประกอบของเกลือสินเธาว์ ร่วมกับสมุนไพรชนิดอื่นๆ ในตำรับ มีสรรพคุณบรรเทาอาการปวดตามเส้นเอ็น กล้ามเนื้อ มือ เท้า ตึงหรือชา (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559)



ภาพที่ 4.9 เกลือสินเธาว์

ที่มา : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559

6. มะกรูด สรรพคุณ ผิว มีรสปร่าหอม ร้อน เป็นยาขับลมในลำไส้ แก้แน่น ขับระดู ขับผายลม เป็นยาบำรุงหัวใจ ผิวมะกรูดจัดอยู่ใน “เปลือกส้ม 8 ประการ” ประกอบด้วย ผิวส้มเขียวหวาน ผิวส้มจิน ผิวส้มซ่า ผิวส้มโอ ผิวส้มตรังกานู ผิวมะงั่ว ผิวมะนาว หรือผิวส้มโอมือ และผิวมะกรูด มีสรรพคุณแก้ลมกองละเอียด กองหยาบ แก้เสมหะโลหะ ใช้ปรุงยาหอม แก้ทางลม วิงเวียน แก้อาการหน้ามืด ตาลาย ใจสั่น คลื่นเหียน อาเจียน แก้ลมจุกแน่นในท้อง (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559)



ภาพที่ 4.10 มะกรูด

ที่มา : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559



7. พิมเสน สรรพคุณ เป็นยาขับเหงื่อ ขับเสมหะ กระตุ้นการหายใจ กระตุ้นสมอง บำรุงหัวใจ ใช้เป็นยาระงับความกระวนกระวาย ทำให้ง่วงซึม แก้ลมวิงเวียน หน้ามืด หัวใจอ่อน บำรุงหัวใจ ทำให้ชุ่มชื้น ทำให้เรอ ขับผายลม แก้จุกเสียดแน่นเพ้อ แก้ปวดท้อง แก้ปวดแผลสด แผลเรื้อรัง แผลกามโรค แผลเนื้อร้าย ผสมในตำรับยาหอม เช่น ยาหอมเทพจิตร ยาหอมนวโกฐ มีสรรพคุณโดยรวมคือแก้ลมวิงเวียน หน้ามืดตาลาย (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559)



ภาพที่ 4.11 พิมเสน

ที่มา : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559

8. เถาเอ็นอ่อน สรรพคุณ ใช้ เถา ต้มดื่มบำรุงเส้นเอ็นให้แข็งแรง แก้เส้นเอ็นพิการ เส้นแข็ง แก้ปวดเมื่อยเส้นเอ็น แก้ชัดยอก ทำให้คลายการตึงตัวเป็นสมุนไพรที่มีการนำมาใช้ในสูตรยาอบสมุนไพรเพื่อสุขภาพ โดยใช้เป็นส่วนประกอบเพิ่มเติมจากสูตรยาอบสมุนไพรหลัก เมื่อต้องการอบเพื่อรักษาอาการปวดเมื่อย ปวดหลัง ปวดเอว (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559)



ภาพที่ 4.12 เถาเอ็นอ่อน

ที่มา : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559

9. ตะไคร้ สรรพคุณ ใช้ เหง้า เป็นยาปัสสาวะ ขับประจำเดือน ขับปัสสาวะ ขับระดูขาว ขับลม ในลำไส้ แก้แน่น จุกเสียด แก้อาเจียน รากและเหง้าต้มกินแก้แผลในปาก แก้ปากแตกกระแหว่ แก้กาม ขางโนลิ้นและปาก บำรุงไฟธาตุ แก้ไข้ แก้อาเจียน แก่ริดสีดวงตา แก้ธาตุ แก้เลือดลมไม่ปกติ เหง้า ใบ และกาบ นำมากลั่นได้น้ำมันหอมระเหย ใช้เป็นเครื่องหอม หรือร่วมกับสมุนไพรอื่นอีก 11 ชนิดใช้ทำ แก้เส้นที่ผิดปกติ แก้ลมอัมพาต แก้ลมปัตตมาฏ แก้ตะคริว แก้จับโปง แก้เมื่อยขบทั้งหลาย (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559)



ภาพที่ 4.13 ตะไคร้

ที่มา : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559

10. การบูร สรรพคุณ มีรสร้อนปราเมา ใช้ทาถูขนาดแก้ปวด แก้เคล็ดขัดยอก แก้แผลง แผลง แก้ กระจุก แก้ปวดข้อ แก้ปวดเส้นประสาท แก่รอยผิวหนังแตก แก้พิษแมลงต่อย และโรคผิวหนังเรื้อรัง เป็นยาระงับเชื้ออย่างอ่อน ขับเหงื่อ ขับเสมหะ ขับปัสสาวะ แก้ไข้หวัด และขับลม บำรุงธาตุ บำรุง กำหนัด ยากระตุ้นหัวใจ บำรุงหัวใจ ใช้เป็นส่วนผสมในยาหอมต่างๆ (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี, 2559)



ภาพที่ 4.14 การบูร

ที่มา : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559

11. ขมิ้น สรรพคุณ ใช้ภายใน ช่วยเจริญอาหาร ยาบำรุงธาตุ ฟอกเลือด แก้ท้องอืดเฟ้อ แน่น จุกเสียด ลดน้ำหนัก ปวดประจำเดือน ประจำเดือนมาไม่ปกติ อากาการดีซ่าน แก้อาการวิงเวียน แก่หวัด แก้อาการชัก ลดไข้ ขับปัสสาวะ รักษาอาการท้องมาน แก้ไข้ผอมแห้ง แก้เสมหะและโลหิตเป็นพิษ โลหิตออกทางทวารหนักและเบา แก่ตกเลือด แก้อาการตาบวม แก้ปวดฟันเหงือกบวม มีฤทธิ์ระงับ เชื้อ ต้านไวรัสโรค ป้องกันโรคหนองใน แก้ท้องเสีย แก้บิด รักษาเมะเร็งลำไส้ ใช้ภายนอก ช่วยลดอาการ ฟกช้ำบวม ปวดไหล่และแขน บวมช้ำและปวดบวม แก้ปวดข้อ สมานแผลสดและแผลถลอก ผสมยานวดคลายเส้นแก้เคล็ดขัดยอก แก่น้ำกัดเท้า แก้ชันนะตุ แก้กลากเกลื้อน แก้โรคผิวหนังผื่นคัน สมานแผล รักษาฝี แผลพุพอง ลดอาการแพ้ อักเสบจากแมลงสัตว์กัดต่อย ตำใส่แผลห้ามเลือด รักษาฝีว บำรุงผิว (คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559)



ภาพที่ 4.15 ขมิ้น

ที่มา : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2559

12. ว่านนางคำ สรรพคุณ ช่วยบำรุงผิว มีสารต้านอนุมูลอิสระ กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด (บริษัท ดีดี สมุนไพร สปา และเคมีภัณฑ์, 2559)



ภาพที่ 4.16 ว่านนางคำ

ที่มา : บริษัท ดีดี สมุนไพร สปา และเคมีภัณฑ์, 2559



ภาพที่ 4.17 บรรจุกิจกรรมชุมชนไพรโคกสำโรง



ภาพที่ 4.18 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคน้ำตาล

ในการระดมความคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคน้ำตาลด้วยการเลือกใช้กระดาษสีน้ำตาล และออกแบบให้ลักษณะเป็นกล่องที่ใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ได้หลายๆ ของ ที่เลือกสีน้ำตาลเป็นเพราะสมาชิกกลุ่มได้ลงความเห็น ว่าสีน้ำตาลเป็นตัวแทนของสมุนไพรที่เกิดจากการตากแห้ง และการใช้บรรจุภัณฑ์จากกระดาษและให้เหตุผลว่าเป็นตัวแทนจากธรรมชาติและยังช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติด้วยการไม่ใช้ถุงพลาสติกในการบรรจุผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.19 ตราผลิตภัณฑ์สมุนไพรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคน้ำตาล

จากภาพที่ 4.6-4.7 การประชุมสัมมนาระดมความคิดจากผู้บริหารและกลุ่มสมาชิกต่อการออกแบบร่าง (Sketch) เพื่อปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ และตราผลิตภัณฑ์ประจำชุมชนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมในการออกแบบและนักวิจัยทำการออกแบบตามความต้องการของชุมชนเพื่อใช้เป็นผลิตภัณฑ์และตราต้นแบบของผลิตภัณฑ์สมุนไพรวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี โดยใช้สัญลักษณ์เพื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรงที่จะใช้สำหรับในการเป็นตราผลิตภัณฑ์ คือ รูปหนุมาน เนื่องจากเมืองลพบุรีมีตำนานเกี่ยวกับนิทานสมุนไพรเล่าสืบเนื่องต่อกันมาว่า เมื่อครั้งที่พระลักษมณ์ซึ่งเป็นน้องพระรามถูกหอกมโหฬารของยักษ์อินทรชิต ซึ่งหอกนี้มีฤทธิ์ร้าย ถ้าไม่ได้ถอนหอกภายในราตรี พระลักษมณ์จะต้องทิวคตสิ้นชีพ หนุมานขันอาสาไปหาต้นสังกรณีตรีชวา ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวคือ ที่ภูเขาสรรพยา เพื่อนำมาฝนเป็นยารักษาพระลักษมณ์ และต้นสังกรณีตรีชวาเป็นต้นไม้วิเศษที่ใช้ในการรักษา

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่มผู้บริโภคโคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์

ความพึงพอใจต่อ รูปแบบตราสัญลักษณ์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	3.63	0.67	มาก
ความสามารถในการจดจำ	3.91	0.62	มาก
สีสันทึ่มีความโดดเด่นสะดุดตา	3.39	0.85	ปานกลาง
สามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน	3.53	0.76	มาก
ภาพรวม	3.61	0.63	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่มผู้บริโภค อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 0.63) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสามารถในการจดจำ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.62) การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.67) และสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน ( $\bar{X} = 3.53$ , S.D. = 0.76) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สีสันทึ่มีความโดดเด่นสะดุดตา ( $\bar{X} = 3.39$ , S.D. = 0.85)

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่มผู้บริโภครวม  
โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ความพึงพอใจต่อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
บรรจุภัณฑ์สร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์	3.81	0.71	มาก
บรรจุภัณฑ์มีภาพประกอบชัดเจน	3.57	0.82	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย	3.64	0.88	มาก
บรรจุภัณฑ์มีสีสันทึ่สวยงามเหมาะสม	3.56	0.97	มาก
บรรจุภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม	3.36	1.02	ปานกลาง
บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น	3.51	0.88	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย	3.95	0.78	มาก
ภาพรวม	3.63	0.67	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่มผู้บริโภครวมโคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 0.67) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.78) บรรจุภัณฑ์สร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = 0.70) และบรรจุภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 0.88) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บรรจุภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 3.36$ , S.D. = 1.02)

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร  
โคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผู้วิจัยได้สรุป อภิปรายผล และเสนอข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย
2. วิธีการดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

#### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร  
อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร  
อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร  
อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

1.1 ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิด  
ทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อทบทวน  
วรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และตัวแปรที่ต้องการศึกษา รวมทั้งสร้าง  
แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องความ  
ต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร ต.เพนียด อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

1.2 ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้แก่ การเก็บข้อมูล  
ภาคสนาม ในพื้นที่จริงจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้  
สมุนไพรใน อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี จำนวน 26 คน บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบล  
ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) แบบสัมภาษณ์ (in-depth interview)
- 2) จัดสนทนากลุ่ม (Focus group)

1.3 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)



2. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

2.1 ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

2.2 แบบสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มสมาชิกสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้สมุนไพรใน อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี จำนวน 26 คน และ ผู้บริโภค คือชาวบ้านในชุมชนอำเภอโคกสำโรงและผู้ที่มาศึกษาดูงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 90 คน

2.3 ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informant Interview) เพื่อระดมความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี และทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis

2.4 สรุปผล และจัดทำรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยดังนี้

**ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี**

1. การจัดประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียสมุนไพร อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี โดยเป็นการรวมประชุมกลุ่มของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ผู้นำชุมชน ผู้จัดจำหน่ายสมุนไพรเพื่อการรับทราบข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสมุนไพรภายในท้องถิ่น อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผู้วิจัยได้กล่าวถึงความจำเป็นการทำวิจัยพร้อมทั้งทักทายกลุ่มผู้ร่วมประชุม ในการประชุมได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อสะท้อนถึงแนวโน้มการใช้สมุนไพรไทยในปัจจุบันและสาเหตุที่ได้รับจากแนวโน้มที่เกิดขึ้นของแต่ละกลุ่มตัวอย่างโดยที่แต่ละกลุ่มตัวอย่างได้มีการเสนอแนะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันสามารถอธิบายออกมาได้ดังนี้

1.1 กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้กล่าวถึงแนวโน้มมีการใช้สมุนไพรในทิศทางที่ดีขึ้น โดยวิเคราะห์ถึงความต้องการในการใช้วัตถุดิบประเภทสมุนไพรมากขึ้น โดยได้รับการตอบรับจากความต้องการของผู้บริโภคทั้ง สมุนไพรสด สมุนไพรแปรรูป โดยนำไปทำเป็น ยา อาหารเสริม ส่วนประสมของเครื่องสำอาง หรือเครื่องดื่มในการอุปโภค ส่งผลให้กลุ่มมียอดการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้นและต้องใช้ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรทั้งทางด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รูปแบบวิธีกาใช้ บรรจุภัณฑ์ ตรายผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

1.2 ผู้นำชุมชน ได้กล่าวถึงแนวโน้มมีการใช้สมุนไพรในทิศทางที่ดีขึ้นโดยวิเคราะห์ถึงนโยบายของภาครัฐบาลในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อเป็นทางเลือกในการรักษาพยาบาลทำให้ความต้องการในการใช้สมุนไพรมีเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ประชาชนภายในท้องถิ่นมีอาชีพหลักและอาชีพเสริมจากการทำสมุนไพรเพิ่มมากขึ้นลดปัญหา

การว่างงานภายในชุมชน ลดการออกจากชุมชน ช่วยให้ปัญหาภายในชุมชนลดลงคุณภาพชีวิตของคนภายในชุมชนดีขึ้นตามลำดับ

1.3 ผู้จัดจำหน่ายสมุนไพร ได้กล่าวถึงแนวโน้มมีการใช้สมุนไพรในทิศทางที่ดีขึ้นโดยวิเคราะห์ถึงการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อคุณสมบัติของสมุนไพรไทยเพิ่มมากขึ้นและเป็นที่ยอมรับทำให้มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพิ่มมากขึ้นในทุกๆช่วงวัยหันมาใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น

1.4 การวิเคราะห์ SWOT เพื่อกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี มีรายละเอียดดังนี้

#### การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength)

1. ภายในชุมชนมีความสามัคคีในระดับที่สามารถพัฒนาให้เป็นอาชีพที่ทำให้เกิดรายได้ของกลุ่มสมาชิกได้
2. สมาชิกมีความพร้อม ความคิดริเริ่มและความสามารถในการผลิตสมุนไพร
3. ในโครงสร้างของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรมีการตั้งคณะกรรมการ แบ่งบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน
4. มีการวางแผนการผลิต การตลาด การแปรรูป และมีการจ่ายค่าตอบแทนแรงงานภายในชุมชนอย่างสมเหตุสมผล
5. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการใช้ภูมิปัญญาชุมชนผสมผสานกับความรู้จากการอบรมดูงาน มีการคิดค้น ปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ
6. ในการดำเนินงานภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังคงดำเนินงานบนพื้นฐานของการใช้แนวคิดในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชนและมีการใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมใช้ในการผลิตเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชน

#### การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness)

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรยังขาดความรู้ความชำนาญ ทางด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต
2. ยังขาดการทำการตลาดแบบสม่ำเสมอ เนื่องจากจะขายได้ก็ต่อเมื่อมีคำสั่งซื้อ และมีงานต่าง ๆ จากจังหวัด
3. ในการผลิตยังไม่ได้มาตรฐานเนื่องจากขาดเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อใช้ผลิต
4. ผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสูงขึ้นต้องผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. สถานที่คับแคบไม่สะดวกสำหรับการใช้ในการเป็นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่บุคคลภายนอกที่มีความสนใจในเรื่องสมุนไพร
6. การส่งเสริมการตลาดยังขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
7. ยังขาดสภาพคล่องด้านเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังขาดความหลากหลาย ต้องการการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าสมุนไพรภายในชุมชนให้มีความเป็นมาตรฐานเพิ่มขึ้น

### การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity)

1. ประชาชนส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น จึงนิยมนำสมุนไพรต่างๆ มาใช้ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น
2. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่น เกษตรอำเภอ สาธารณสุขจังหวัด มหาวิทยาลัยท้องถิ่น และแพทย์แผนไทยต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรและคุณสมบัติของสมุนไพร

### การวิเคราะห์อุปสรรค (Threat)

1. ผลผลิตที่ยังไม่เป็นมาตรฐานสากล ยังไม่สามารถก้าวไปสู่เชิงพาณิชย์อย่างแท้จริง
2. ผลผลิตบางส่วนประเภทยังไม่ได้ อ.ย. และยังไม่ผ่าน มพช.
3. อาคารสถานที่ ในการผลิตยังไม่มีพัฒนาทำให้เสียเปรียบคู่แข่งชั้นในตลาดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และเสียเปรียบกับคู่แข่งชั้นรายใหญ่ ทำให้กลุ่มไม่สามารถขยายตลาดได้ตามต้องการ

## ตอนที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

1. ในด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี พบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรงที่จะใช้สำหรับการเป็นตราผลิตภัณฑ์ คือ รูปหนุมาน เนื่องจากเมื่อครั้งที่พระลักษณ์ซึ่งเป็นน้องพระรามถูกหอกมโกลซึกคีของยักษ์อินทรชิต ซึ่งหอกนี้มีฤทธิ์ร้าย ถ้าไม่ได้ถอนหอกภายในราตรี พระลักษณ์จะต้องทิวาคดสิ้นชีพ หนุมานชั้นอาสาไปหาต้นสังกรณีตรีชวา ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวคือ ที่ภูเขาสรรพยา เพื่อนำมาฝนเป็นยารักษาพระลักษณ์ และต้นสังกรณีตรีชวาเป็นต้นไม้วิเศษที่ใช้ในการรักษา ซึ่งเป็นตำนานของเมืองลพบุรีเกี่ยวกับนิทานสมุนไพร ส่งผลให้เกิดการยอมรับตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบ

2. ส่งผลให้กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรเกิดความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนาแล้วอยู่ในระดับมากบ่งบอกได้ว่าบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมีรูปร่างที่ทันสมัย สามารถสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ มีภาพประกอบชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัย ภาพประกอบชัดเจน สีสันทึบสวยงามเหมาะสม มีความโดดเด่น และมีรูปร่างที่เหมาะสม ในส่วนความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมพัฒนาแล้วอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการความสามารถในการจดจำ การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน สามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ตัวอื่นภายในชุมชน และสีสันทึบมีความโดดเด่นสะดุดตา

### อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

จากการศึกษาในครั้งนี้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี มีความต้องการในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตโดยให้สมุนไพรและผ่านกระบวนการผลิตตามแบบของวิธีตามท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงบรรจุใส่

ถูกพลาสติก ไม่ได้มาตรฐาน และไม่มีตราสัญลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและ ที่บ่งบอกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความไม่น่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ ปัญญ์ณช รัตนพรพรชรัตน์ (2557) ที่กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบง่ายๆ จะทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ และไม่เป็นที่ยอมรับในสายตาของผู้บริโภค หากว่าความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าควรสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแบบมีส่วนร่วมจากสมาชิกในกลุ่มและผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกๆ ขั้นตอนตั้งแต่การค้นหาคำความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การร่วมประเมินผลการออกแบบและพัฒนาในทุกๆ ขั้นตอนเกิดจากสมาชิกภายในกลุ่ม การใช้กระบวนการกลุ่มเป็นเครื่องมือในการวิจัยหรือที่เรียกว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องจากสมาชิกภายในกลุ่ม คนภายในชุมชน การคิดวิเคราะห์ค้นหาคำปัญหา ศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหา ในการประชุมกลุ่มทำให้เกิดข้อสรุปในรูปแบบของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งเกิดจากการนำเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ จากกลุ่มคนภายในชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนา บันเทิงสุข (2546) ได้กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นการนำเอาจุดแข็งและจุดอ่อนของการมีส่วนร่วมของชุมชนมาปรับแนวทางแนะนำเพื่อให้เกิดการพัฒนาภายในชุมชนโดยการส่งเสริมและพัฒนาในสิ่งที่ชุมชนต้องการให้เป็นไปตามสภาพบริบทของชุมชนนั้น ๆ โดยการใช้บุคคลภายในชุมชนและสิ่งแวดล้อมอื่นภายในชุมชน เช่น ภูมิปัญญา วัตถุดิบ ทักษะ แรงงาน วัฒนธรรม มาใช้สำหรับการพัฒนาได้ตามศักยภาพของคนที่เกี่ยวข้องซึ่งถือได้ว่าเป็นทุนที่สำคัญของชุมชน

ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ต้นแบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรโคกสำโรงมีค่าอยู่ในระดับมาก เป็นเพราะในการออกแบบได้เกิดจากความร่วมมือภายในชุมชนในการร่วมกันออกแบบซึ่งในความพึงพอใจตามความเหมาะสมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล จุลศิลป์ (2551) ได้กล่าวว่า การออกแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีคือ มีความเหมาะสมกับประเภทของหน่วยงาน สามารถแสดงจุดมุ่งหมายและกิจกรรมได้ มีความเหมาะสมกับประเภทของสื่อทุกสื่อที่นำไปใช้ ความโดดเด่นของตราสัญลักษณ์ มีความร่วมสมัย สามารถจดจำได้ง่ายและแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน โดยกระบวนการเกิดจากการมีส่วนร่วมในการปรับแนวคิดในการสร้างจิตอาสาของชุมชน ร่วมกันในการออกแบบ สร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล และการมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ทำให้คนในชุมชนส่วนใหญ่รู้สึกภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้มีส่วนร่วม และในด้านความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นทางกลุ่มมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก จากการร่วมกันออกแบบที่ทันสมัย เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ทำให้มีความน่าเชื่อถือ และมีรูปร่างที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณนา กัลยาสาย (2552) ได้กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมาตรฐานนั้นต้องคำนึงถึงตราผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยคำนึงถึงสัญลักษณ์ของกลุ่มตลอดจนรายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความโดดเด่นและจดจำง่ายโดยการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในชุมชน ในการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นจะต้องสามารถสื่อสารความหมายความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคกระตุ้นให้เกิดความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์และก่อให้เกิดการจดจำ

### ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพร  
โคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

1. ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรฯ นั้นก่อให้เกิดความ  
ภาคภูมิใจซึ่งเกิดจากการร่วมลงความคิดเห็นและทำให้เกิดเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น หากกลุ่มฯ  
จะต้องมีการเรียนรู้ถึงการทำการตลาดเพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการหาช่องทาง  
การจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชน

2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาถึงกระบวนการผลิตเพื่อให้สามารถผลิตได้ตาม  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการผ่านการรับรองจาก อย. มผช. เพื่อสร้างความมั่นใจและสร้าง  
ภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้บริโภค

3. ควรมีการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบต่างๆ  
เพิ่มขึ้นเพื่อผลักดันให้สมาชิกภายในชุมชนมีรูปแบบในการบริหารจัดการกลุ่มที่เข้มแข็งและสามารถ  
รสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกเพิ่มขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรม. (2559). แนวโน้มอุตสาหกรรมและขนาดตลาดของธุรกิจแปรรูปสมุนไพร. (ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรม, BSC). สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/-qualitycontrol/qs-trensherbsproduct>
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2560). แนวทางการดำเนินงานโครงการตลาดนัดชุมชนไทยช่วยไทยคนไทยยิ้มได้. สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดลพบุรี.
- คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **โพลแห้ง**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **เกลือสินเธาว์**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **มะกรูด**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **พิมเสน**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **เถาเอ็นอ่อน**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **ตะไคร้**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **การบูร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2559). **ขมิ้น**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaicrudedrug.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- บริษัท ผึ้งหลวง สไปซ์ จำกัด. (2559). **ขิงแห้ง**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.phuengluang.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- \_\_\_\_\_. (2559). **ชาแห้ง**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.phuengluang.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- บริษัท หลาหลวง จำกัด. (2559). **สารส้มสด**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://lherbs.bentoweb.com>. [2559, พฤศจิกายน 15].
- บริษัท ดีดี สมุนไพร สปา และเคมีภัณฑ์. (2559). **ว่านนางคำ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : [\[http://www.dd-productbkk.com\]](http://www.dd-productbkk.com). [2559, พฤศจิกายน 15].
- ปานวัฒน์ อุทัยเลิศ. (2551). การจัดการธุรกิจชุมชนของตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระพี้ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปิ่นฉัตร รัตนพรสวรรค์ และฉันทนา สุรัสวดี. (2557). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเคียวพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- วัฒนา บันเทิงสุข. (2546). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการถ่ายทอด  
ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการใช้สมุนไพรในชุมชนบ้านซากดักเต่า จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ กศ.ด.  
(การบริหารการศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณภา กัลยาสายและคณะ. (2552). โครงการแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจัด  
จำหน่ายขนมของกลุ่มพัฒนาอาชีพ บ้านคำแสนราชเหนือ ตำบลแสนสุข อำเภอลำลูกกา  
จังหวัดอุบลราชธานี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2559). ธุรกิจชุมชน. [ออนไลน์] ได้จาก:  
<http://www.mcc.cmu.ac.th/>
- ศศิวิมล จุลศิลป์. (2551). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมา  
ใช้จัดการศึกษาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน: การประยุกต์ใช้  
กระบวนการ เอไอซี. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมใจ บุญทานนท์. (2552). หลักการตลาด. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อภิชัย พันธเสน และคณะ. (2545). การจัดการธุรกิจชุมชน. สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงาน  
สภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ: กรุงเทพมหานคร.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing : an introduction*. 5 th ed. Upper Saddle River, N.J.:  
Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. (11<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River, N.J. :  
Prentice Hall.

# ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง  
อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี

### คำชี้แจง

การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีการตอบต่อผู้ตอบแบบสอบถามใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำ  
การตอบแบบสอบถามของท่านไปวิเคราะห์เป็นภาพรวม ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความ  
เป็นจริงที่สุด และขอให้ตอบทุกข้อคำถาม เพราะข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนา  
ผลิตภัณฑ์เพื่อมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง อ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี  
แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคก  
สำโรง และกลุ่มผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคก  
สำโรง และกลุ่มผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งในความร่วมมือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคก  
สำโรง และกลุ่มผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย  ลงใน  ให้ตรงกับข้อมูลจริงของท่าน

ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริม สมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่มผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรี ที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน					
2. ความสามารถในการจดจำ					
3. สีสีนมีความโดดเด่นสะดุดตา					
4. สามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นภายในชุมชน					

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่มผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย  ลงใน  ให้ตรงกับข้อมูลจริงของท่าน

ความพึงพอใจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมสมุนไพรโคกสำโรง และกลุ่มผู้บริโภคอ.โคกสำโรง จ.ลพบุรีที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.บรรจุภัณฑ์สร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์					
2.บรรจุภัณฑ์มีภาพประกอบชัดเจน					
4.บรรจุภัณฑ์มีสีสันทที่สวยงามเหมาะสม					
5.บรรจุภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม					
6.บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น					
7.บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านได้ให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้

## ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ-นามสกุล ดร.สุกัญญา พยุงสิน

อีเมล [dr.sukunya@hotmail.com](mailto:dr.sukunya@hotmail.com)

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน 3 3099 00135 16 6

ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ถนน.นารายณ์มหาราช

ตำบล.ทะเลชุบศร 15000

ตำแหน่งงาน อาจารย์สาขาวิชาการตลาด

### ข้อมูลประวัติการศึกษา

- ระดับปริญญาเอก สาขาวิชา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ (บธ.ด.)  
ปีการศึกษา 2553 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย  
Doctor of Business Administration (Marketing )
- ระดับปริญญาโท สาขาวิชา M.B.A (การตลาด) คณะบริหารธุรกิจ (บธ.ม.)  
ปีการศึกษา 2543 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
Master of Business Administration Program (M.B.A.)
- ระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การบัญชี คณะบริหารธุรกิจ (บช.บ.)  
ปีการศึกษา 2541 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
Bachelor of Accountancy : B.Acc.
- ระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ (ศษ.บ.)  
ปีการศึกษา 2550 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
Bachelor of Education : B.Ed.
- ระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การตลาด คณะบริหารธุรกิจ (บธ.บ.)  
ปีการศึกษา 2555 สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
Bachelor of Business Administration : B.B.A.

### ผลงานวิชาการ

- งานวิจัยคุชกุ์บัณฑิต เรื่อง “กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย”
- งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง” สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.)
- งานวิจัยเรื่อง “การใช้เกมมัลติมีเดียประกอบการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาการจดจำ คำศัพท์ทางการตลาดของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี”
- งานวิจัยเรื่อง “สภาพการเรียนการสอนของสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี”

- งานวิจัย “ความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนวิชาการบริหารการตลาดของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ ปี 2554”
- งานวิจัย “ผลการจัดการเรียนรู้รายวิชาการตลาดระหว่างประเทศ นักศึกษาหมู่เรียน 551729201 สาขาวิชาการตลาด เรื่องการเขียนแผนการตลาดด้วยวิธีการเรียนแบบร่วมมือ ปี2556”
- การพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย (ผักและไม้ผล) แบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัด ลพบุรี ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานงบประมาณ ปีงบประมาณ 2559 (หัวหน้าชุด โครงการ)

### บทความวิชาการ

- กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย
- การศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง” สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) วารสาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์ : ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2554
- การศึกษาความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักหวานแปรรูปของผู้บริโภค ตำบลสร้างโคก อำเภอบ้านหมอ จังหวัดสระบุรี : การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย/สร้างสรรค์ระดับปริญญาตรี ระดับชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี 2558
- กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ตำบลนายาว อำเภอ พระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี : การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ระดับชาติ ครั้งที่ 5
- ผลการจัดการเรียนรู้รายวิชาการตลาดระหว่างประเทศ นักศึกษาหมู่เรียน 551729201 สาขาวิชาการตลาด เรื่องการเขียนแผนการตลาดด้วยวิธีการเรียนแบบร่วมมือ : การประชุม วิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่น และชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เครื่องจักสาน ตำบลบางปลาหมอ อำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี : การประชุมวิชาการ ระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชน อย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- คุณภาพการบริการการจัดเก็บรายได้ตามทัศนคติของประชาชนขององค์การบริหารส่วน ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี : การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราช ภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยในสังกัดอาชีวศึกษา จังหวัดสิงห์บุรี : การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจเสริมสวยของลูกค้าในเขตเทศบาลตำบลเขาพระงาม

- อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี : การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มศรีอยุธยา ครั้งที่ 6 พัฒนางานวิจัยเพื่อท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน 23-24 กรกฎาคม 2558
- Service Quality of the Quartermaster Department in the Royal Thai Air Force Wing 2 (Lop Buri) perceived by Wing 2 officers.
- การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มจักสานตะกร้าหวาย ต.บางพิง อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 4 วันที่ 20 – 21 ธันวาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี