

การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้ง
ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

นางนันทชญาณ์ กินขุนทด

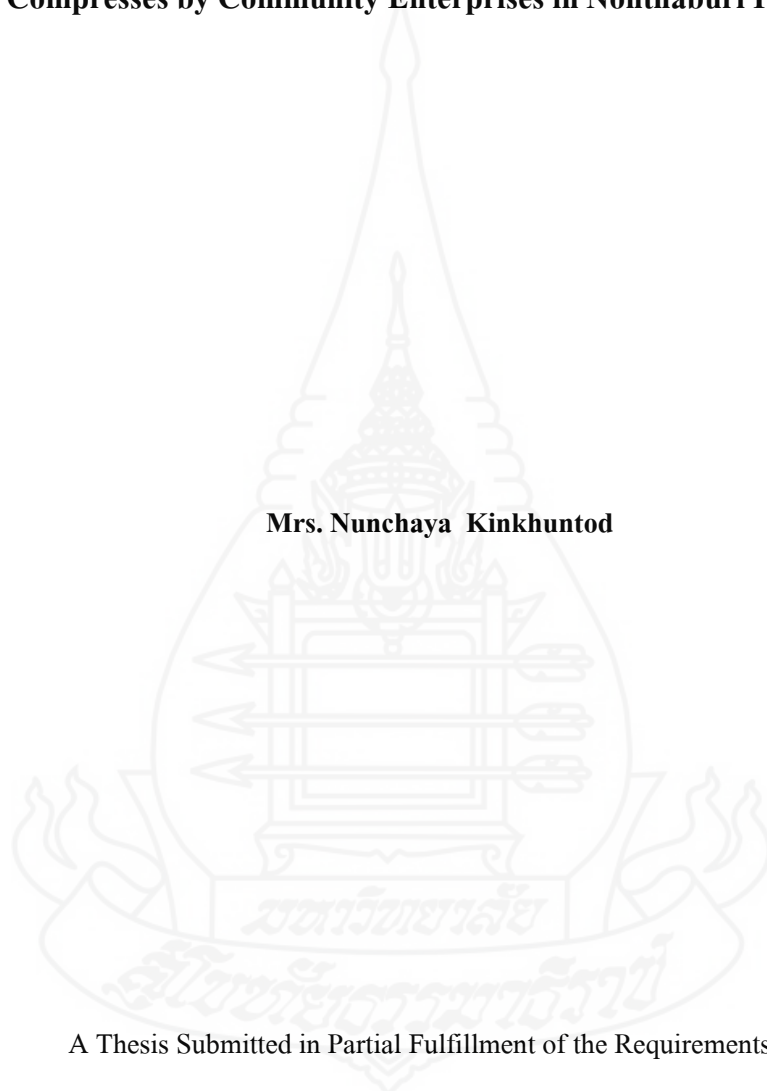


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการจัดการการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2556

**Analysis of Production and Marketing Management of Dried Herbal Hot
Compresses by Community Enterprises in Nonthaburi Province**

Mrs. Nunchaya Kinkhuntod



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Agriculture in Agricultural Resources Management

School of Agriculture and Cooperatives
Sukhothai Thammathirat Open University

2013

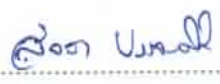
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้ง
ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี
ชื่อและนามสกุล นางนันท์ชญาณี กินขุนทด
แขนงวิชา การจัดการการเกษตร
สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา โพธิ์ดี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. สัจจา บรรจงศิริ



วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2557

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์เอ็นนู ชื้อสุวรรณ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา โพธิ์ดี)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สัจจา บรรจงศิริ)


..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(ศาสตราจารย์ ดร. สิริวรรณ ศรีพหล) 

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา โพธิ์ดี และรองศาสตราจารย์ ดร. สัจจา บรรจงศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ติดตามการทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ยิ่ง และตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ด้วยความกรุณาอย่างสูงจนแล้วเสร็จสมบูรณ์ พร้อมทั้งให้กำลังใจตลอดเวลาที่ศึกษาผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ วิชาทกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้อ อำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี และ วิชาทกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษา ที่ให้กำลังใจและให้คำแนะนำ ที่เป็นประโยชน์ตลอดการศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณ มารดาและบิดา ที่สนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยตลอดมา ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานตามความเหมาะสมต่อไป

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูแด่ มารดา บิดา และครูอาจารย์

นันท์ชฎานันท์ กิณขุนทด

พฤษภาคม 2557

ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน
ในจังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัย นางนันท์ชญาณ์ กิณขุนทด รหัสนักศึกษา 2549002489

ปริญญา เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการทรัพยากรเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา โพธิ์ดี (2) รองศาสตราจารย์ ดร. สัจจา บรรจงศิริ

ปีการศึกษา 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี 2) การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน 3) การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน และ 4) ปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกทุกรายจำนวน 45 รายและ 15 ราย ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ 8 ราย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ลูกประคบสมุนไพรแห้ง 12 ราย และกลุ่มตัวอย่างนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรที่เกี่ยวข้อง 4 ราย โดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและ SWOT Analysis

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพพื้นฐาน สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 51 ปี การจัดการวิสาหกิจชุมชนมีการแบ่งหน้าที่การทำงานออกเป็นฝ่ายต่างๆ และให้คณะกรรมการทุกคนรับผิดชอบดูแลงานที่ได้รับมอบหมาย 2) การจัดการการผลิต เน้นการผลิตตามคำสั่งซื้อเป็นหลัก กำหนดให้คณะกรรมการทุกคนต้องลงแรงทำงานในการผลิต มีการแบ่งผลกำไรเป็นรายครั้ง ทำการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งขนาด 200 กรัม ควบคุมคุณภาพมาตรฐานการผลิตตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนลูกประคบสมุนไพร 3) การจัดการการตลาด ตลาดเป้าหมายมี 3 กลุ่มคือ ผู้ซื้อไปใช้เอง ผู้ซื้อไปจำหน่ายต่อ และร้านสปา/ร้านนวด กลยุทธ์การตลาดมุ่งเน้นที่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และการได้รับคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP 4) ปัญหาการผลิตและการตลาด ได้แก่ การขาดความรู้ในการวางแผนการผลิต การขาดแคลนเงินทุนในการจัดหาอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยและประหยัดเวลาในการผลิต การขาดการส่งเสริมการตลาด และการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาด ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ภาครัฐควรมีการสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องรวมทั้งสนับสนุนด้านการส่งออกเพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้น

คำสำคัญ การจัดการการผลิต การจัดการการตลาด ลูกประคบสมุนไพรแห้ง วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

Thesis title: Analysis of Production and Marketing Management of Dried Herbal Hot Compresses by Community Enterprises in Nonthaburi Province

Researcher: Mrs. Nunchaya Kinkuntod, **ID:** 2549002489;

Degree: Master of Agriculture (Agricultural Resources Management);

Thesis advisors: (1) Dr. Ajchara Pothidee, Associate Professor;

(2) Dr. Sujja Banchongsiri, Associate Professor; **Academic year:** 2013

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the basic status of the community enterprises which produced dried herbal hot compresses in Nonthaburi Province; 2) their production management; 3) their marketing management; and 4) problems and guidelines for developing their production and marketing.

The population used in the study were the community enterprises which produced dried herbal hot compresses in Nonthaburi Province, namely the Wat Hong Thong Farm Women Community Enterprise and the Sai Ma Sub-District Farm Women Group Community Enterprise. The data were collected from all members of both enterprises for 45 persons and 15 persons, respectively. Additional data were also collected from eight samples of their customers for re-sell, 12 samples of end-users, and four samples of related agricultural extensionists. The samples were selected by purposive sampling. Quantitative data were analyzed by using frequency, mean, percentage, maximum and minimum values. Qualitative data were analyzed by using content analysis and SWOT analysis.

The research results showed that 1) Basic status: most members were female, with the average age of 51 years. The management of community enterprises was performed by dividing duties into several functions and assigning responsibilities to committee members. 2) Production management mainly focused on made-to-order production. All committee members were assigned to take part in the production. The profits were shared each time income was received. The compress products were 200 grams each. Quality control was performed according to product standard certification for herbal hot compresses. 3) Marketing management: there were three target markets, namely end users, re-sellers, and spas or massage service providers. Marketing strategies focused on the product which had passed Thai Community Product Standard and was a selected OTOP product. 4) Problems of production and marketing were lack of knowledge about production planning, lack of capital to buy more modern and time-saving equipment, inadequate promotion, and lack of consistent and tangible support from the government sector. Guidelines for developing production and marketing were diversifying the product range to create added value for their products. The government sector should provide support for the operations of the community enterprises continuously as well as supporting in term of finding export markets to expand the product market.

Keywords: Production management, Marketing management, Dried herbal hot compress, Community enterprise, Nonthaburi Province

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสมุนไพรและลูกประคบสมุนไพรแห้ง	6
วิสาหกิจชุมชนผลิตลูกประคบสมุนไพรในจังหวัดนนทบุรี	11
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการผลิต	15
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาด	17
การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูล	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง ในจังหวัดนนทบุรี	29
ตอนที่ 2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนนทบุรี	39
ตอนที่ 3 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนนทบุรี	47
ตอนที่ 4 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาด ลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี	53
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	62
สรุปการวิจัย	62
อภิปรายผล	67
ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	79
ก บัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ.2556	80
ข มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร มผช.176/2553	85
ค แบบสัมภาษณ์	92
ประวัติผู้วิจัย	108

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชน หน้าวัดหงษ์ทอง.....	31
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้อ.....	36

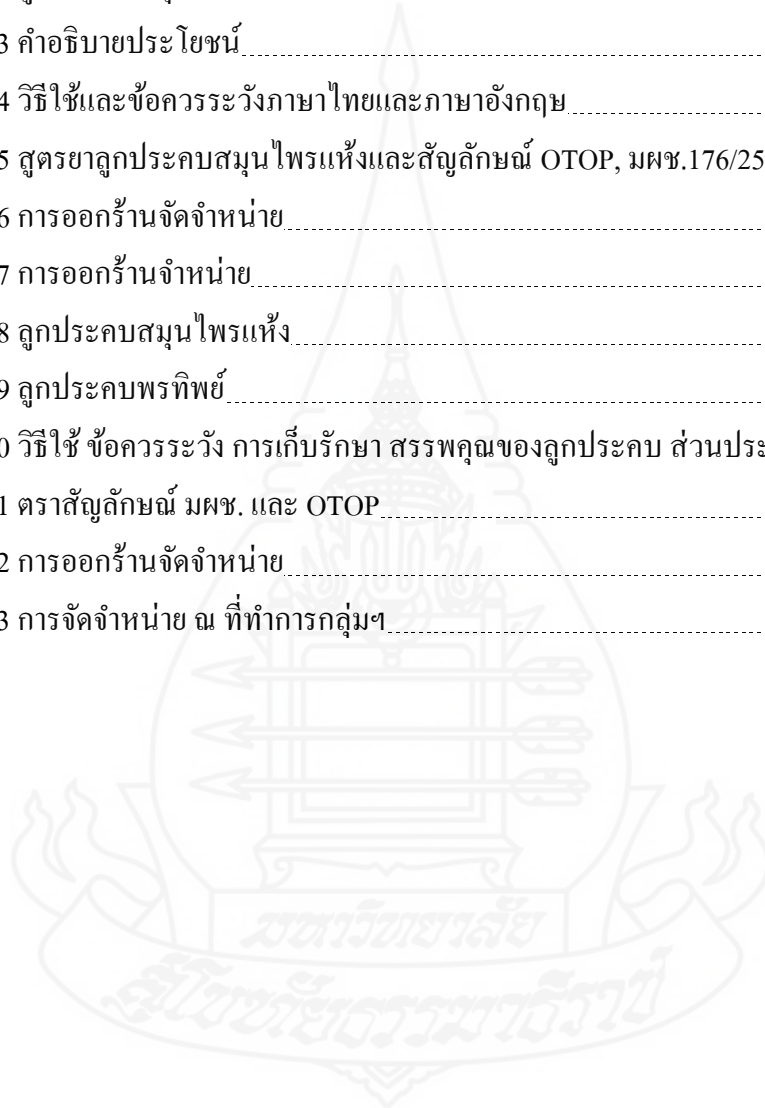


สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง.....	10
ภาพที่ 2.2 กระบวนการจัดการการตลาด.....	17
ภาพที่ 2.3 องค์ประกอบของส่วนประกอบการตลาด.....	19
ภาพที่ 2.4 ตัวแปรต่างๆ ของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ.....	21
ภาพที่ 4.1 โครงสร้างองค์การของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง.....	33
ภาพที่ 4.2 โครงสร้างองค์การของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา.....	38
ภาพที่ 4.3 กระบวนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง.....	41
ภาพที่ 4.4 กระบวนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา.....	43
ภาพที่ 4.5 การล้างทำความสะอาดชั้น.....	44
ภาพที่ 4.6 การล้างทำความสะอาดไพล.....	44
ภาพที่ 4.7 การหั่น/สับชั้น.....	44
ภาพที่ 4.8 การหั่น/สับไพล.....	44
ภาพที่ 4.9 การหั่น/สับตะไคร้.....	44
ภาพที่ 4.10 การซอยผิวมะกรูด.....	44
ภาพที่ 4.11 ใบมะขาม.....	45
ภาพที่ 4.12 นำสมุนไพรตากแดด.....	45
ภาพที่ 4.13 นำสมุนไพรเข้าตู้อบฆ่าเชื้อด้วยความร้อน.....	45
ภาพที่ 4.14 นำสมุนไพรใส่เครื่องบดละเอียด.....	45
ภาพที่ 4.15 โรยพิมเสน การบูร.....	45
ภาพที่ 4.16 ตักใส่ผ้าดิบที่เตรียมไว้.....	45
ภาพที่ 4.17 ชั่งปริมาณตามกำหนด.....	46
ภาพที่ 4.18 จัดเป็นทรงกลมแล้วมัดด้วยเชือก.....	46
ภาพที่ 4.19 บรรจุลงถุงพลาสติก.....	46
ภาพที่ 4.20 นำเข้าเครื่องปิดผนึก.....	46

สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.21 บรรจุก่อเพื่อจัดจำหน่าย.....	46
ภาพที่ 4.22 ลูกประคบสมุนไพรแห้ง.....	48
ภาพที่ 4.23 คำอธิบายประโยชน์.....	48
ภาพที่ 4.24 วิธีใช้และข้อควรระวังภาษาไทยและภาษาอังกฤษ.....	48
ภาพที่ 4.25 สูตรยาลูกประคบสมุนไพรแห้งและสัญลักษณ์ OTOP, มผช.176/2546.....	48
ภาพที่ 4.26 การออกร้านจัดจำหน่าย.....	49
ภาพที่ 4.27 การออกร้านจำหน่าย.....	49
ภาพที่ 4.28 ลูกประคบสมุนไพรแห้ง.....	50
ภาพที่ 4.29 ลูกประคบพรทิตย.....	50
ภาพที่ 4.30 วิธีใช้ ข้อควรระวัง การเก็บรักษา สรรพคุณของลูกประคบ ส่วนประกอบสำคัญ.....	51
ภาพที่ 4.31 ตราสัญลักษณ์ มผช. และ OTOP.....	51
ภาพที่ 4.32 การออกร้านจัดจำหน่าย.....	52
ภาพที่ 4.33 การจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่มฯ.....	52



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สมุนไพร หมายถึง พืช สัตว์ จุลชีพ ธาตุวัตถุ สารสกัดดั้งเดิมจากพืช หรือสัตว์ที่ใช้หรือแปรรูปหรือผสมหรือปรุงเป็นยาหรืออาหารเพื่อการตรวจวินิจฉัย บำบัด รักษา หรือป้องกันโรค หรือส่งเสริมสุขภาพร่างกายของมนุษย์หรือสัตว์ และให้หมายความรวมถึงถิ่นกำเนิดหรือถิ่นที่อยู่ของสิ่งดังกล่าวด้วย (คณะกรรมการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย 2542)

สมุนไพรสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งประโยชน์ในทางการรักษา และยังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางการประกอบอาหาร และด้านอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การผลิตเป็น สีย้อมผ้า สีสผสมอาหาร ครีมบำรุงผิว ใช้เป็นสารกำจัดแมลงศัตรูพืชทางการเกษตร เป็นต้น

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมากระแสธรรมชาติบำบัดได้เข้ามาอยู่ในความสนใจของผู้คนมากมายทั่วโลกในเรื่องการรักษาและดูแลสุขภาพด้วยผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เพราะมีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์จากธรรมชาตินั้นมีความปลอดภัย หรือเกิดผลข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์น้อย และจากการที่มีวิธีการรักษาพยาบาลด้วยการแพทย์ทางเลือกในโรงพยาบาลก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทยทำให้มีความตื่นตัวในการใช้สมุนไพรและการแพทย์แผนไทยเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งรัฐบาลได้มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของสมุนไพรและการแพทย์แผนไทยตามแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 9 กระทรวงสาธารณสุข 2544) และมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นแผนระยะ 5 ปี ซึ่งจากเดิมมติคณะรัฐมนตรีกำหนด ปี 2545-2549 และขยายเป็น ปี 2548-2552 (<http://www.ryt9.com/s/cabt/143178>) โดยมีนโยบายพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสมุนไพรที่คัดเลือกแล้วว่ามีศักยภาพสูงเป็น Product Champion ซึ่งผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่ต้องการพัฒนาคือ ขมิ้นชัน ฟ้าทะลายโจร ชุมเห็ดเทศ ไพล กวาวเครือขาว กระจ่างดำ หม่อน กระเจี๊ยบแดง ส้มแขก บัวบก พริกไทย และลูกประคบ (สถาบันการแพทย์แผนไทย 2548) โดยเฉพาะการนวดแผนไทย ทำให้การใช้สมุนไพรไทยกลับมาเป็นที่สนใจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าตามสถานบริการนวดหรือสปาต่าง ๆ มีการใช้สมุนไพรไทยในลักษณะของการนวดด้วย “ลูกประคบสมุนไพร” กันอย่างแพร่หลาย

ลูกประคบสมุนไพรหรือยาประคบสมุนไพรจัดเป็นยาจากสมุนไพร ซึ่งอยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. 2556 บังคับใช้เมื่อ 30 กันยายน 2556 บัญชียาจากสมุนไพรฉบับนี้ได้มีการปรับปรุงและคัดเลือกรายการยาจากสมุนไพรเพื่อบรรจุอยู่ในบัญชียาจากสมุนไพรมากขึ้น โดยมุ่งเน้นคัดเลือกยาจากสมุนไพรที่มีข้อบ่งใช้ชัดเจนในการแก้ปัญหาสุขภาพของคนไทย โดยมีหลักฐานทางวิชาการสนับสนุนเพียงพอ มีประสิทธิภาพและความปลอดภัยและได้มีการรวมเอาเภสัชตำรับโรงพยาบาลจากสมุนไพรซึ่งเป็นรายการยาจากสมุนไพรที่โรงพยาบาลของรัฐสามารถผลิตขึ้นใช้ภายในโรงพยาบาลตามเภสัชตำรับโรงพยาบาล รวมอยู่ในบัญชียาจากสมุนไพรด้วย จนได้บัญชียาจากสมุนไพรตามแนบท้ายประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. 2556 โดยรายการยาในบัญชียาจากสมุนไพรประกอบด้วยยา 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ยาแผนไทยหรือยาแผนโบราณ จำนวน 50 รายการ ซึ่งรวมถึงลูกประคบสมุนไพร และกลุ่มที่ 2 ยาพัฒนาจากสมุนไพร จำนวน 24 รายการ โดยแต่ละรายการยาในบัญชียาจากสมุนไพรจะระบุสูตรตำรับ ข้อบ่งใช้ ขนาด วิธีใช้ รวมทั้งข้อห้ามใช้ ข้อควรระวัง และอาการไม่พึงประสงค์ในการใช้ยา ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการประคบเพื่อลดอาการปวด ช่วยคลายกล้ามเนื้อ เหน็ดและข้อ

ลูกประคบสมุนไพร มี 2 ชนิดคือ ลูกประคบสมุนไพรสดหรือกึ่งสดและลูกประคบสมุนไพรแห้ง ลูกประคบสมุนไพรสดมีข้อจำกัดในการเก็บรักษาได้ประมาณ 3 วัน จึงไม่เป็นที่นิยมในการผลิตและจัดจำหน่าย ลูกประคบสมุนไพรที่ผลิตส่วนใหญ่จึงเป็นลูกประคบสมุนไพรแห้งซึ่งสามารถเก็บรักษาได้นานประมาณ 2 ปีและสามารถผลิตไว้ล่วงหน้าได้เพื่อเป็นสต็อกสินค้า

ลูกประคบสมุนไพรแห้งเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งหลายราย รวมทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อป้อนเข้าสู่ตลาด แต่ปัจจุบันนี้การผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งมีแนวโน้มการผลิตลดลงเรื่อยๆ อันเป็นผลกระทบจากปัญหาต่างๆ เช่น วิกฤตมหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2554 ทำให้สูญเสียโอกาสทางการส่งออกและแหล่งวัตถุดิบสมุนไพรต่างๆ ภูบน้ำท่วมนานกว่า 3 เดือน ทำให้พันธุ์พืชสมุนไพรที่ใช้ในกระบวนการผลิตขาดแคลนและหยุดชะงักต่อเนื่องยาว ถึงแม้จะเข้าฟื้นฟูพื้นที่ปลูกได้ในเดือนธันวาคม แต่ก็ต้องรอฝนในฤดูกาลถัดไปคือช่วงเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม ปีถัดไป นอกจากนี้ปัญหาภาวะเศรษฐกิจถดถอยในปี พ.ศ. 2555-2556 และการปรับเกณฑ์มาตรฐานการตรวจสอบลูกประคบสมุนไพรตามมาตรฐานการผลิตลูกประคบสมุนไพรของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมถึงข้อกำหนดต่างๆ อันเป็นผลกระทบต่อผู้ผลิตโดยตรง จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาการผลิตและการตลาดของลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

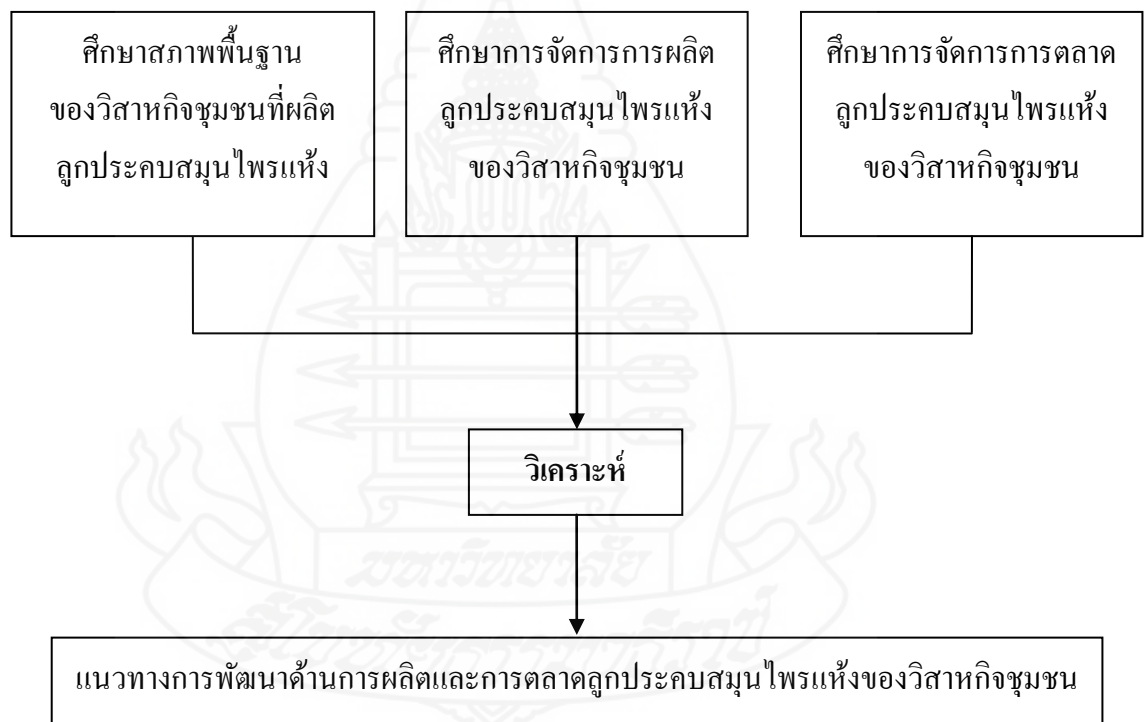
2.1 เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

2.2 เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน

2.3 เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน

2.4 เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

4.1.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

4.1.2 ผู้เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนที่ศึกษา ประกอบด้วย

- 1) ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนที่ศึกษา
ในจังหวัดนนทบุรี
- 2) ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนที่ศึกษา
ในจังหวัดนนทบุรี
- 3) นักวิชาการที่เกี่ยวข้องจากสำนักงานเกษตรอำเภอที่ให้การส่งเสริม
วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ศึกษาสภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง การจัดการการผลิตและการจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน การวิจัยนี้ไม่ได้ศึกษาด้านการเงิน เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลไม่ประสงค์จะให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเงินของวิสาหกิจชุมชน

4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาวิสาหกิจชุมชนที่ทำการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

4.4 ขอบเขตด้านเวลา ทำการศึกษาข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี ปีการผลิต 2556 (เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม 2556)

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 การจัดการการผลิต หมายถึง การจัดการในการแปลงสภาพปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ต้องการ ประกอบด้วย ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมทางการผลิต

5.2 การจัดการการตลาด หมายถึง การจัดการที่เน้นการสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมทางการตลาด

5.3 ลูกประคบสมุนไพรแห้ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำสมุนไพรหลายชนิดมาผ่านกระบวนการทำความสะอาดแล้ว นำมาหั่นหรือสับให้เป็นชิ้นตามขนาดที่ต้องการ ทำให้แห้งแล้วนำมาห่อหรือบรรจุรวมกันในผ้าให้ได้รูปทรงตามต้องการ สำหรับใช้นาบหรือกดประคบตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย เพื่อให้ผ่อนคลาย โดยก่อนใช้ต้องนำมาพรมน้ำ แล้วทำให้ร้อนด้วยการนึ่งหรือใส่ในเตาไมโครเวฟ (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 2553)

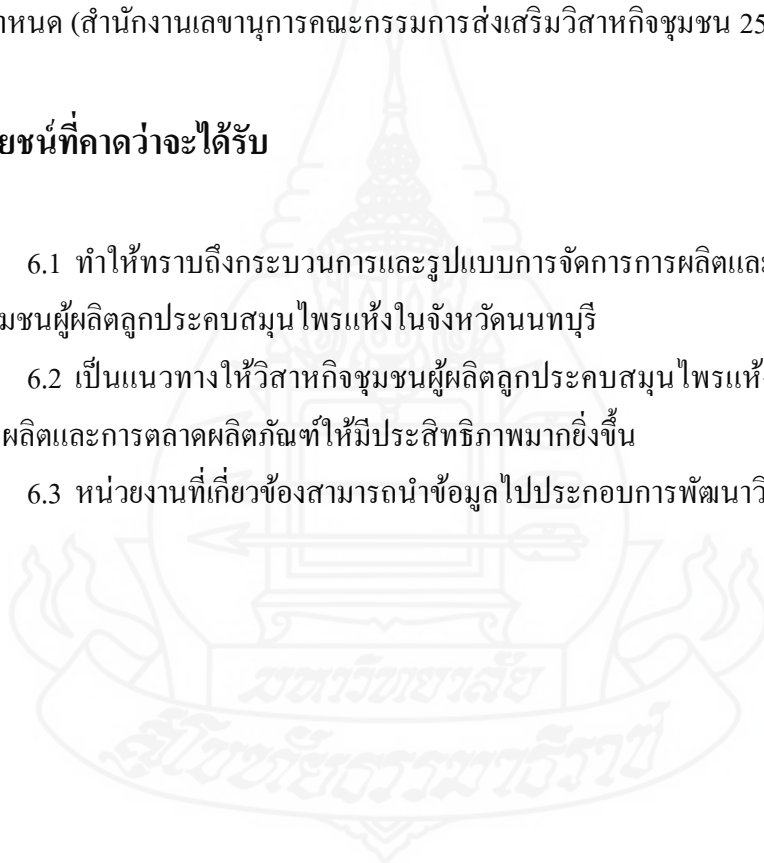
5.4 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2548)

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทำให้ทราบถึงกระบวนการและรูปแบบการจัดการการผลิตและการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

6.2 เป็นแนวทางให้วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งสามารถพัฒนาการจัดการการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปประกอบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต่อไปในอนาคต



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสมุนไพรและลูกประคบสมุนไพรแห้ง
2. วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการผลิต
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาด
5. การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางธุรกิจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสมุนไพรและลูกประคบสมุนไพรแห้ง

1.1 สมุนไพร

สมุนไพร หมายถึง พืช สัตว์ จุลชีพ ธาตุวัตถุ สารสกัดดั้งเดิมจากพืช หรือสัตว์ที่ใช้หรือแปรรูปหรือผสมหรือปรุงเป็นยาหรืออาหารเพื่อการตรวจวินิจฉัย บำบัด รักษา หรือป้องกันโรค หรือส่งเสริมสุขภาพร่างกายของมนุษย์หรือสัตว์ และให้หมายความรวมถึงถิ่นกำเนิดหรือถิ่นที่อยู่ของสิ่งดังกล่าวด้วย (คณะกรรมการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย 2542) จากที่กล่าวมาข้างต้น สมุนไพร จึงได้จากทั้งพืช สัตว์ และแร่ธาตุต่างๆ ที่นำมาใช้เป็นอาหารและไม่ใช่อาหาร หรือผสมกับสารอื่นตามตำรับยา โดยการนำมาใช้อาจมีการดัดแปลงรูปลักษณะให้ใช้ได้สะดวกขึ้น

1.2 ลูกประคบสมุนไพรแห้ง

ลูกประคบสมุนไพร มี 2 ชนิดคือ ลูกประคบสมุนไพรสดหรือกึ่งสด และลูกประคบสมุนไพรแห้ง ลูกประคบสมุนไพรสดจะประกอบด้วยวัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรสดทั้งหมด ส่วนลูกประคบสมุนไพรกึ่งสด จะประกอบด้วย สมุนไพรสดและสมุนไพรแห้งรวมกัน ลูกประคบสมุนไพรแห้งประกอบด้วย วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรแห้งทั้งหมด ลูกประคบสมุนไพรสดมีข้อจำกัดในการเก็บรักษา

ได้ประมาณ 3 วัน จึงไม่เป็นที่นิยมในการผลิตและจัดจำหน่าย ลูกประคบสมุนไพรที่ผลิตส่วนใหญ่ จึงเป็นลูกประคบสมุนไพรแห้งซึ่งสามารถเก็บรักษาได้นานประมาณ 2 ปี (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร มพช.176/2553) การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาเฉพาะลูกประคบสมุนไพรแห้ง

1.2.1 ลูกประคบสมุนไพรแห้ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำสมุนไพร

หลายชนิด มาผ่านกระบวนการทำความสะอาดแล้ว นำมาหั่นหรือสับให้เป็นชิ้นตามขนาดที่ต้องการ ทำให้แห้ง แล้วนำมาห่อหรือบรรจุรวมกันในผ้าให้ได้รูปทรงตามต้องการ สำหรับใช้นาบหรือกด ประคบตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย เพื่อให้ผ่อนคลาย โดยก่อนใช้ต้องนำมาพรมน้ำ แล้วทำให้ร้อน ด้วยการนึ่งหรือใส่ในเตาไมโครเวฟ (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร มพช.176/2553)

1.2.2 ผลจากการประคบสมุนไพร ในการใช้ลูกประคบสมุนไพร ผู้ใช้จะต้องนำ

ลูกประคบไปนึ่งหรือพรมน้ำก่อนเข้าไมโครเวฟ จึงนำมาประคบตามกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ของร่างกาย จากขั้นตอนในการประคบสมุนไพร ผิวหนังของผู้ถูกประคบจะได้รับความร้อน และความร้อนจะ กระจายไปสู่โครงสร้างที่อยู่ในระดับลึกลงไป โดยความร้อนสูงสุดจะอยู่ที่บริเวณผิวหนัง หากสัมผัส กับความร้อนนาน 15-30 นาที จะทำให้กล้ามเนื้อที่ระดับลึกจากผิวหนังประมาณ 1-2 เซนติเมตร มีอุณหภูมิเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนั้นเมื่อสมุนไพรถูกความร้อน ด้วยยาและน้ำมันหอมระเหยจะออกจาก ตัวสมุนไพร แล้วสามารถซึมผ่านผิวหนังได้ ผลจากการประคบสมุนไพรต่อร่างกาย มี 3 ลักษณะ ได้แก่ ผลจากความร้อน ผลจากสมุนไพร และผลจากการคลึงกล้ามเนื้อ ดังนี้ (มุกดา ต้นชัย และ อภิชาติ ลิ้มดิยะโยธิน, 2547: 14-181)

1) *ผลจากความร้อน* เมื่อผิวหนังถูกประคบประมาณ 30 นาที ผิวหนังของ ผู้ถูกประคบจะมีอุณหภูมิเพิ่มขึ้นประมาณ 40-45 องศาเซลเซียส ทำให้ลดความเจ็บปวด การไหลเวียน เลือดเพิ่มขึ้น ลดการอักเสบ ลดการติดขัดของข้อ

2) *ผลจากสมุนไพร* ที่มีต่อร่างกาย 2 ลักษณะ ดังนี้คือผลจากการประคบ ผิวหนัง เมื่อสัมผัสประมาณ 20-60 นาที น้ำมันหอมระเหยจะซึมผ่านผิวหนัง เข้าสู่ระบบการไหลเวียน เลือดและน้ำเหลือง ต่อมาเนื้อเยื่อ เนื้อเยื่อคอลลาเจน และการหมุนเวียนทั่วร่างกาย ดังนั้นบริเวณที่ได้รับ การคลึงด้วยลูกประคบสมุนไพรจะได้รับผลจากตัวยาสมุนไพรและน้ำมันหอมระเหยที่มีคุณสมบัติ ในการลดอาการปวดเมื่อย เคล็ดขัดยอก และการอักเสบได้ ส่วนผลจากการสูดดมกลิ่นหอมของ สมุนไพรที่ถูกความร้อนจะเกิดน้ำมันหอมระเหยจากน้ำมันหอมระเหยของไพล ขมิ้นชัน ผิวและใบ มะกรูด รวมทั้งการบูร จะช่วยลดอาการปวดอักเสบ พร้อมทำให้ร่างกายผ่อนคลายนอนหลับสบาย

3) *ผลจากการคลึงกล้ามเนื้อ* จะทำให้เซลล์ที่ตายหลุดลอกออก ช่วยให้ต่อมเหงื่อ ต่อมาได้ผิวหนัง และรูขุมขนไม่อุดตัน และสามารถทำงานได้ดีขึ้น และบริเวณที่คลึงมีลักษณะที่แดงขึ้น แสดงว่ามีอาการไหลเวียนโลหิตเพิ่มขึ้น ทำให้การคั่งของสารที่ทำให้เกิดอาการปวดบริเวณนั้นลดลง

และการคลึงบริเวณผิวหนังยังช่วยกระตุ้นใยประสาทใหญ่ ส่งผลให้เกิดการนำกระแสประสาททางใยประสาทที่มีผลยับยั้งกระแสประสาทเกี่ยวกับอาการปวดจากใยประสาทขนาดเล็ก ทำให้มีกระแสประสาทไปกระตุ้นการทำงานของเซลล์ที่ลดลง เกิดการส่งกระแสประสาทเข้าสู่สมองส่วนรับรู้ อาการปวดลดลง

1.2.3 ข้อห้ามและข้อควรระวังในการประคบสมุนไพร การนึ่งลูกประคบครั้งหนึ่ง ใช้เวลานานประมาณ 15-20 นาที ก่อนนำมาประคบควรมีการทดสอบที่บริเวณท้องแขนหรือหลังมือก่อน ในช่วงแรกต้องประคบด้วยความเร็วเนื่องจากลูกประคบยังร้อนอยู่ เมื่อลูกประคบคลายความร้อนก็ประคบแบบกดคลึงได้ เมื่อลูกประคบเย็นจึงนำลูกประคบไปทำกรนึ่งใหม่อีกครั้ง โดยทั่วไปจะนึ่งพร้อมกัน 2 ลูก เพื่อให้ไม่เสียเวลาในการรอนึ่ง (สุภารัตน์ หอมหวาน, 2555 และ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร มพช.176/2553)

1) ข้อห้าม

- (1) ห้ามประคบบริเวณที่มีบาดแผล
- (2) ห้ามประคบเมื่อเกิดการอักเสบเฉียบพลัน เช่น ข้อเท้าแพลง หรือมีอาการอักเสบ บวม แดง ร้อน ในช่วง 24 ชั่วโมงแรก เนื่องจากจะทำให้มีอาการอักเสบบวมมากขึ้น และอาจมีเลือดออกมากตามมาได้ โดยควรประคบหลังเกิดอาการ 24 ชั่วโมง

2) ข้อควรระวัง

- (1) ไม่ควรใช้ลูกประคบที่ร้อนเกินไป โดยเฉพาะบริเวณผิวหนังที่เคยเป็นแผลก่อนหรือบริเวณที่มีกระดูกยื่น และต้องระวังเป็นพิเศษในผู้ป่วยโรคเบาหวาน อัมพาต เด็ก และผู้สูงอายุ เพราะมักมีความรู้สึกในการรับรู้และตอบสนองช้า อาจทำให้ผิวหนังไหม้พองได้ง่าย
- (2) หลังจากประคบสมุนไพรเสร็จใหม่ ๆ ไม่ควรอาบน้ำทันที เพราะเป็นการล้างตัวยาจากผิวหนัง และร่างกายยังไม่สามารถปรับตัวได้ทัน (จากร้อนเป็นเย็นทันทีทันใด) อาจเป็นไข้ได้
- (3) ควรระวังการใช้กับผู้ที่แพ้ส่วนประกอบของยาประคบ

1.3 สูตรตำรับยาประคบสมุนไพรและสรรพคุณ

ตำรับยาประคบสมุนไพรมีหลายสูตรหลายตำรับ โดยผู้ผลิตแต่ละรายอาจมีการผสมตัวยาคื่นเพิ่มเติมเพื่อประโยชน์ทางการบำบัดรักษา เช่น กรณีมีอาการปวดเมื่อยอาจเพิ่มเถาเอ็นอ่อน และเถาวัลย์เปรียง ในหญิงหลังคลอดอาจเพิ่มตัวเหง้าไพลในปริมาณมากกว่าปกติเพื่อลดการฟกช้ำ

1.3.1 ตำรับยา ในบัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. 2556 (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก.)

ยาประคบสมุนไพรแห้ง ในยา 130 กรัม ประกอบด้วย 1) เหง้าไพล 50 กรัม ไบมะขาม 30 กรัม ผิวมะกรูด 20 กรัม เหง้าขมิ้นชัน 10 กรัม ตะไคร้ (ลำต้น) 10 กรัม ใบส้มป่อย 10 กรัม

2) เกลือเม็ด 1 ซ้อนโต๊ะ การบูร 2 ซ้อนโต๊ะ

1.3.2 สรรพคุณ

เพ็ญญา ทรัพย์เจริญ (2540) สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (2555) และสถาบันการแพทย์แผนไทย (2546) ได้บรรยายสรรพคุณของสมุนไพรไว้ดังนี้

- 1) เหง้าไพล สรรพคุณ บรรเทาอาการปวดเมื่อย ลดอาการอักเสบ
- 2) ใบมะขาม สรรพคุณ บรรเทาอาการคันตามร่างกาย บำรุงผิว
- 3) ผิวมะกรูด สรรพคุณ มีน้ำมันหอมระเหย แก้อาการวิงเวียน
- 4) เหง้าขมิ้นชัน สรรพคุณ ช่วยลดการอักเสบที่ผิวหนัง ลดเม็ดผดผื่นคัน
- 5) ตะไคร้ (ลำต้น) สรรพคุณ แต่งกลิ่น และลดอาการอักเสบ
- 6) ใบส้มป่อย สรรพคุณ ช่วยบำรุงผิว แก้โรคผิวหนัง
- 7) เกลือเม็ด สรรพคุณ ช่วยลดความร้อนและช่วยพาด้วยยาซึมผ่านผิวหนัง
- 8) การบูร สรรพคุณ แต่งกลิ่น บำรุงหัวใจ แก้พุพอง

1.4 การผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2554)

1.4.1 วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง

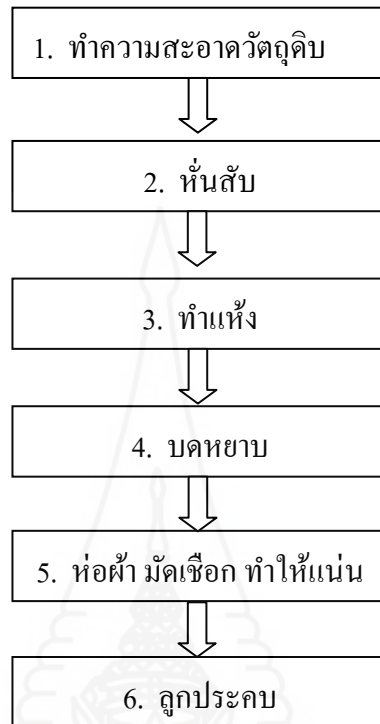
ผ้าดิบขนาดพอเหมาะสำหรับห่อลูกประคบ เชือกด้ายดิบ สมุนไพรต่างๆ ตามที่กำหนด ได้แก่ เหง้าไพล ใบมะขาม ผิวมะกรูด เหง้าขมิ้นชัน ตะไคร้ ใบส้มป่อย เกลือเม็ดและการบูร ตามบัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. 2556

1.4.2 ขั้นตอนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง

- 1) ทำความสะอาดวัตถุดิบด้วยการล้างน้ำแล้วผึ่งให้สะเด็ดน้ำ
- 2) นำวัตถุดิบมาหั่นหรือสับตามขนาดที่ต้องการ
- 3) นำวัตถุดิบมาทำให้แห้งด้วยวิธีการผึ่งลมหรือผึ่งแดด หรืออบด้วยเตาไฟฟ้า หรือใช้รังสีแกมมา เพื่อฆ่าเชื้อโรค
- 4) นำวัตถุดิบมาบดหยาบ ๆ คลุกเคล้าให้เข้ากัน ใส่เกลือและการบูรตามสูตร
- 5) นำวัตถุดิบใส่ห่อผ้าที่เตรียมไว้ จัดเป็นรูปทรงกลม มัดเชือกให้แน่น
- 6) ได้เป็นลูกประคบแห้ง

ขนาดของลูกประคบสมุนไพรแห้ง สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้กำหนดน้ำหนักไม่น้อยกว่า 200 กรัมต่อหนึ่งลูก

ขั้นตอนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง

ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร, 2554: 74

1.4.3 การเก็บรักษาลูกประคบสมุนไพรแห้ง ลูกประคบสมุนไพรแห้งที่ผลิตขึ้นสามารถเก็บรักษาได้นานประมาณ 2 ปี โดยการเก็บไว้ในที่โปร่ง อากาศพัดผ่าน แสงแดดส่องถึง แต่เมื่อนำมาใช้แล้ว จะเก็บไว้ใช้ได้อีก 3-5 วัน เวลาเก็บควรผึ่งด้วยผ้าขาวสะอาด ถ้าเก็บไว้ในที่เย็น เช่น ตู้เย็น เป็นต้น จะทำให้เก็บได้นานขึ้น แต่ถ้าด้วยอากาศหรือแสงก็ไม่ควรนำมาใช้อีก ถ้าพบว่าลูกประคบแห้ง ก่อนนำมาใช้ควรพรมด้วยน้ำหรือเหล้าโรง ถ้าลูกประคบที่ใช้ไม่มีสีเหลืองของไหลออกมาอีก แสดงว่ายาจืดแล้ว จะไม่ได้ผล (เพ็ญญา ทรัพย์เจริญ, 2540: 50; อ่างถึงใน มุกดา ต้นชัย, 2547: 10-34)

1.5 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนลูกประคบสมุนไพรครั้งแรกในปี พ.ศ. 2546 (มผช.176/2546) มีการกำหนดด้วยยาในลูกประคบสมุนไพรในลักษณะยัดหุ่่นเพื่อให้ผู้ผลิตได้มีระยะเวลาในการปรับตัว รวมถึงลักษณะทั่วไปของลูกประคบสมุนไพรมีข้อกำหนดที่ไม่เคร่งครัดมากนัก แต่เมื่อระยะเวลาและสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

เมื่อมีการยอมรับและความนิยมในกลุ่มประคบสมุนไพรมากขึ้น สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จึงออกประกาศยกเลิกประกาศสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ฉบับที่ 182 พ.ศ. 2546 และออกประกาศกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร ขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2553 (มพช.176/2553) โดยเพิ่มเติมวิธีการทำให้ลูกประคบร้อนสามารถทำได้ด้วยวิธีการใส่ในเตาไมโครเวฟ การเน้นในเรื่องของข้อกำหนดในการตรวจสอบจุลินทรีย์ในกลุ่มประคบสมุนไพร ได้แก่ แบคทีเรีย ยีสต์และรา (รายละเอียดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนลูกประคบสมุนไพร มพช. 176/2553 แสดงในภาคผนวก ข.)

2. วิสาหกิจชุมชนผลิตลูกประคบสมุนไพรในจังหวัดนนทบุรี

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

2.1.1 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยสรุปคือ การประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2548)

“ทุนของชุมชน” ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่เป็นน้องไว้ใจกัน)

2.1.2 ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน

- มีองค์ประกอบอย่างน้อย 7 ประการ
- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
 - 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุนแรงงานในชุมชน เป็นหลัก
 - 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
 - 4) เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
 - 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ
 - 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
 - 7) มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย

2.1.3 ความเป็นมา

ในชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจในระดับรากหญ้าอยู่มากมาย ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังมีขนาดไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) หรือสหกรณ์ แต่เป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง ธุรกิจในระดับนี้ยังมีปัญหาที่ประสบอยู่

1) ไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือเอกชนอื่นๆ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ

2) การสนับสนุนจากภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง เนื่องจากข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและความต้องการไม่ชัดเจน

รัฐบาลจึงกำหนดให้มีการออกกฎหมายรองรับการประกอบการโดยออกเป็นพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น

หน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนคือ กรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งมีหน้าที่หลัก 5 ประการคือ

1) เป็นหน่วยงานนิติบุคคลตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในการรับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และการเลิกกิจการของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

2) เป็นสำนักเลขานุการของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการ โดยมีผู้แทนกรมส่งเสริมการเกษตรและผู้แทนกรมการพัฒนาชุมชนเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

3) ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสนับสนุนและพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจร

4) ประสานงานในการให้การสนับสนุนแก่กิจการวิสาหกิจชุมชน ที่มีปัญหาด้านการเงินเกี่ยวกับเงินทุนในการประกอบการ

5) จัดให้มีการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และเป็นไปตามความต้องการของวิสาหกิจชุมชน ทั้งด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการ การตลาด การบัญชีและภาษีอากร

2.2 คุณสมบัติและหลักเกณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เรื่องคุณสมบัติและหลักเกณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่ประสงค์ขอจดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรต้องมีคุณสมบัติและหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

2.2.1 เป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชน

2.2.2 เป็นกิจการที่ดำเนินการหรือประสงค์จะดำเนินการร่วมกันในชุมชนเป็นคณะบุคคลที่เป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล ประกอบด้วย สมาชิกที่อยู่ร่วมกันในชุมชน ไม่น้อยกว่า 7 คน โดยบุคคลดังกล่าวต้องไม่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน

2.2.3 เป็นกิจการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้ เพื่อการพึ่งพาตนเองและเพื่อประโยชน์สุขของคนในชุมชน

2.2.4 เป็นกิจการที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีงามของประชาชน

ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจะต้องมีคำว่า วิสาหกิจชุมชน อยู่หน้าชื่อ

2.3 เกณฑ์การเสียภาษีของวิสาหกิจชุมชน (กรมสรรพากร, 2557)

http://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/porkor/taxused/community.pdf

วิสาหกิจชุมชนจะเสียภาษีประเภทใดบ้างนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบและธุรกรรมของวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ โดยทั่วไปแล้ววิสาหกิจชุมชนจะต้องเสียภาษี ดังนี้

- 1) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
- 2) ภาษีเงินได้นิติบุคคล
- 3) ภาษีมูลค่าเพิ่ม
- 4) ภาษีธุรกิจเฉพาะ
- 5) อากรแสตมป์

สำหรับในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีเงินได้นิติบุคคล ดังนี้

2.3.1 ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal Income Tax) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการในรูปของห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล ที่มีเงินได้พึงประเมินเกิน 30,000 บาท ต่อปี จะต้องยื่นแบบเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด ยกเว้นวิสาหกิจชุมชนตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่ประกอบการในรูปของห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคลที่มีเงินได้ไม่เกิน 1,800,000 บาท สำหรับปีภาษีนั้น และจัดทำบัญชี

สำหรับเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(5)-(8) แห่งประมวลรัษฎากร จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและไม่ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แต่หากวิสาหกิจชุมชนมีเงินได้เกิน 1,800,000 บาทต่อปี จะต้องยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยนำเงินได้พึงประเมินตั้งแต่บาทแรกมาคำนวณภาษีและต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด

เงินได้สุทธิ(บาท)	อัตรากำไร (ร้อยละ)
1 – 150,000	ยกเว้นภาษี
150,001 – 300,000	5
300,001 – 500,000	10
500,001 – 750,000	15
750,001 – 1,000,000	20
1,000,001 – 2,000,000	25
2,000,001 – 4,000,000	30
ตั้งแต่ 4,000,001 ขึ้นไป	35

หมายเหตุ : เงินได้สุทธิ 150,000 บาทแรก ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

2.3.2 ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Corporate Income Tax) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในรูปของห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัด จะต้องนำรายได้-รายจ่ายที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาบัญชี มาคำนวณหากำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล การคำนวณกำไรสุทธิต้องเป็นไปตามเงื่อนไขมาตรา 65 ทวิ และมาตรา 65 ตริ แห่งประมวลรัษฎากร โดยการยื่นแบบเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลจะต้องยื่นแบบเสียภาษีปี ละ 2 ครั้ง

เงิน ได้สุทธิ(บาท)	อัตรากาฬิ (ร้อยละ)
1 – 300,000	ยกเว้นกาฬิ
300,001 – 1,000,000	15
ตั้งแต ่ 1,000,001 ขึ้น ไป	20

หมายเหตุ : ยกเว้นกาฬิเงิน ได้นิติบุคคลสำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 5 ล้านบาทและมีรายได้จากการขายสินค้าและให้บริการไม่เกิน 30 ล้านบาทในรอบระยะเวลาบัญชีเฉพาะกำไรสุทธิที่ไม่เกิน 300,000 บาทแรก สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2556 เป็นต้นไป

2.4 วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งในจังหวัดนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 6 อำเภอ คือ บางบัวทอง บางใหญ่ ไทรน้อย ปากเกร็ด บางกรวย และอำเภอเมือง ในระยะเวลาที่ผ่านมาวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรในจังหวัดนนทบุรีมีหลายราย แต่ข้อมูลจากสำนักงานเกษตรจังหวัดนนทบุรี เดือนพฤศจิกายน ปี 2556 พบว่าวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรที่ยังคงดำเนินกิจการผลิตลูกประคบสมุนไพรอยู่ในปัจจุบันมีเพียง 2 รายคือวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา อำเภอมือง และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง อำเภอปากเกร็ด ทั้งนี้อาจเป็นผลพวงจากภาวะเศรษฐกิจหลังน้ำท่วมปี 2554 และกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรรายอื่นๆ จึงยุติการประกอบกิจการ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการผลิต

การจัดการ หมายถึง การดำเนินงานเพื่อบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยการวางแผน การจัดการโครงการ นำองค์การเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายและการควบคุม (ปภาวดี มนตรีวัต 2551: 2-6)

3.1 หน้าที่ในการจัดการหรือกระบวนการจัดการ การจัดการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ (ลัดดา พิศาลบุตร และปิยะดา พิศาลบุตร 2554: 1-6)

3.1.1 การวางแผน คือ กระบวนการที่ผู้บริหารใช้เลือกและกำหนดเป้าหมายตลอดจนวิถีทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์การ กำหนดทิศทางขององค์การและกำหนดแผนงานขององค์การ

3.1.2 การจัดองค์การ คือ การจัดบุคคลเข้าทำงานในแผนกงานต่างๆ รวมถึงการกำหนดอำนาจหน้าที่ที่ตลอดจนสายการบังคับบัญชา การประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆ เพื่อให้องค์การสามารถดำเนินการตามแผนให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด

3.1.3 การนำ คือ การที่องค์การเป็นผู้นำในการบริหารงานไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ การบริหารงานจะไปในทิศทางใดขึ้นอยู่กับการณ์ผู้นำของผู้บริหาร ผู้บริหารจะต้องมีภาวะผู้นำสามารถจูงใจให้บุคลากรในองค์การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.4 การควบคุม คือ การควบคุมการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในองค์การให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยผู้บริหารองค์การจะต้องกำหนดมาตรฐานและวิธีประเมินผลงาน เพื่อให้การควบคุมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

Kay and Edwards (1999) กล่าวว่า หน้าที่ของการจัดการ ประกอบด้วย

1) **การวางแผน** คือ การเลือกหลักการทำงาน นโยบาย หรือขั้นตอน ในการจัดทำแผนจะต้องมีเป้าหมายของธุรกิจที่ชัดเจน ต้องทราบถึงปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งแรงงาน ทุน โดยผู้จัดการจะต้องระบุทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมดเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการวางแผน

2) **การดำเนินการหรือการปฏิบัติการ** คือ การทำตามแผนที่วางไว้ รวมถึงการแสวงหาทรัพยากรหรือวัสดุจำเป็นต้องใช้ในแผน การกำกับดูแลกระบวนการทั้งหมดที่เหมาะสมภายใต้การดำเนินงาน

3) **การควบคุม** คือ การติดตามความก้าวหน้าหรือการกำกับดูแลให้การดำเนินงานมุ่งสู่เป้าหมาย มีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการบันทึกและเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนด และการดำเนินการแก้ไขเมื่อมีความจำเป็น

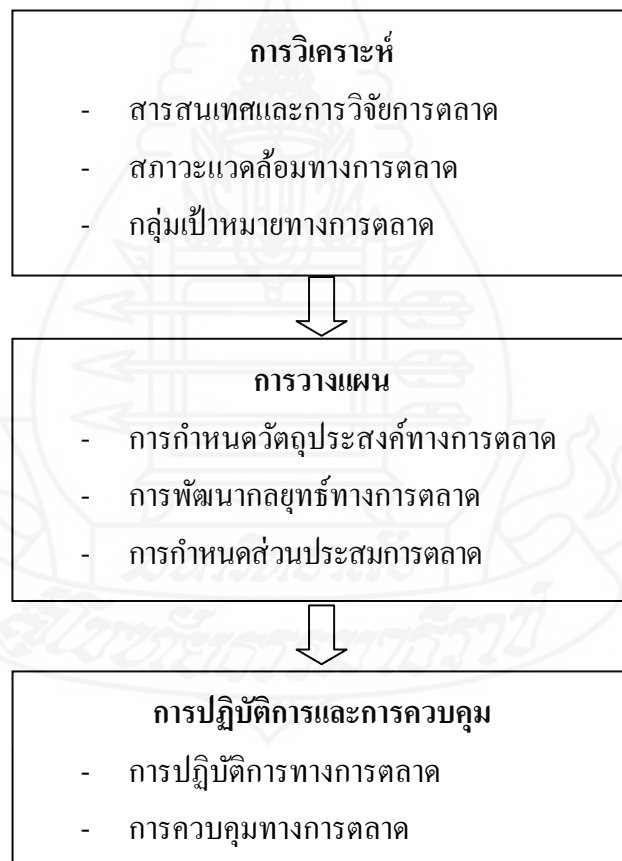
3.2 การจัดการการผลิตหรือการจัดการการปฏิบัติการ คือ การบริหารกระบวนการผลิตหรือการแปลงสภาพปัจจัยการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าและบริการตามคุณลักษณะเฉพาะ ตามปริมาณตามระยะเวลาและต้นทุนที่พึงประสงค์ โดยผ่านกระบวนการที่สำคัญคือการวางแผนการผลิต การดำเนินการผลิต และการควบคุมการผลิต (เฉลิมฉัตร จันทร์อินทร์ และสุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ, 2553)

จากที่กล่าวข้างต้น จึงสรุปว่า การจัดการการผลิต คือ การจัดการในการแปลงสภาพปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ต้องการ ประกอบด้วย ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมทางการผลิต

4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาด

การจัดการการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติการและการควบคุม โปรแกรมการตลาดที่นำมาใช้ ซึ่งเน้นการสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายและเกิดความพอใจของผู้บริโภค โดยการกำหนดราคา การสื่อสาร และการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบอกกล่าวให้เกิดการกระตุ้นและสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้นๆ (วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร 2552: 1-58)

การจัดการการตลาดสินค้าเกษตร ทั้งสินค้าเกษตรขั้นปฐม สินค้าเกษตรกึ่งแปรรูป และสินค้าเกษตรแปรรูป ควรดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนที่เรียกว่า “กระบวนการจัดการการตลาด” (Marketing Management Process) ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติการและการควบคุมทางการตลาด ดังภาพที่ 2.2 (วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร 2552:1-58)



ภาพที่ 2.2 กระบวนการจัดการการตลาด

ที่มา : วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร 2552:1-58

โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ (Analysis) คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ซึ่งต้องอาศัยการจัดการด้านสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การแบ่งส่วนตลาด (market segmentation) และการเลือกตลาดเป้าหมาย (market targeting)

4.2 การวางแผน (Planning) คือ การกำหนดความต้องการภายในกิจการ ประเมินความสามารถของกิจการ และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งแผนการปฏิบัติการทางการตลาด ในขั้นการวางแผน ประกอบด้วย

4.2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยพิจารณาความสามารถของกิจการ และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น รายได้ประชากร แนวโน้มการบริโภค และการแข่งขัน เป็นต้น การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดมี 3 แนวทางได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์ด้านความสามารถในการทำกำไร การเพิ่มส่วนครองตลาด และการเป็นผู้นำในการเสนอผลิตภัณฑ์

4.2.2 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด เป็นการวางแผนเพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายที่ได้เลือกไว้แล้วในขั้นของการวิเคราะห์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือสินค้ามูลค่าเพิ่ม และกลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดก็เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดส่วนประสมการตลาดที่มีความเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพ

4.2.3 การกำหนดส่วนประสมการตลาด ส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ส่งผลให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ ส่วนประสมการตลาดมี 4 องค์ประกอบคือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ซึ่งทั้ง 4 องค์ประกอบอาจเรียกว่า 4Ps ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด

ที่มา : วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร (2552: 1-60)

4.3 การปฏิบัติการและการควบคุม (Implementation and Control) เมื่อกิจการได้วางแผนการตลาดสินค้าเกษตรแล้ว แผนดังกล่าวจะใช้เป็นแนวทางสู่การปฏิบัติการซึ่งจะลงลึกในรายละเอียดในด้านวิธีการปฏิบัติ กำหนดการงบประมาณ และการจัดองค์การหรือการจัดบุคลากรเข้าปฏิบัติงานและหน้าที่ความรับผิดชอบ ซึ่งในระหว่างการดำเนินงานการตลาด สถานการณ์ทางการตลาดที่ได้วิเคราะห์ไว้ในขั้นตอนอาจมีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้การวางแผนและการปฏิบัติงานตามแผนไม่อาจทำให้กิจการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ จึงต้องมีกิจกรรมการประเมิน และการควบคุมทางการตลาด เพื่อจะได้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ได้กำหนดไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการการตลาด คือ การจัดการที่เน้นการสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญได้แก่ การวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมทางการตลาด

5. การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมทางธุรกิจ

5.1 องค์ประกอบของสถานะแวดล้อมทางธุรกิจ

องค์ประกอบของสถานะแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย สถานะแวดล้อมภายใน องค์การและสถานะแวดล้อมภายนอกองค์การ ดังนี้ (อดิลลา พงศ์ยี่หล้า 2555: 4-8)

5.1.1 สถานะแวดล้อมภายใน หมายถึง สถานะแวดล้อมภายในบริษัทหรือองค์การ เป็นสิ่งที่บริษัทหรือองค์การนั้นควบคุมได้ สถานะแวดล้อมภายในกิจการ ประกอบด้วย โครงสร้าง องค์การ วัฒนธรรมองค์การ ทรัพยากรองค์การ สถานะแวดล้อมภายในองค์การที่ส่งผลดี (ส่งผลเชิงบวก) ต่อกิจการ หมายถึง สถานะแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งขององค์การ (Strength: S) ในทางตรงกันข้าม ถ้าสถานะแวดล้อมนั้นส่งผลในทางลบหรือส่งผลไม่ดีต่อองค์การ สถานะแวดล้อมดังกล่าวคือ จุดอ่อนขององค์การ (Weakness: W)

5.1.2 สถานะแวดล้อมภายนอก หมายถึง สถานะแวดล้อมที่อยู่ภายนอกองค์การที่ก่อให้เกิดโอกาสแก่องค์การ (Opportunity: O) ในทางตรงกันข้ามถ้าสถานะแวดล้อมนั้นส่งผลในทางลบหรือส่งผลไม่ดีต่อองค์การ ข้อมหมายถึงสถานะแวดล้อมดังกล่าวคือภัยคุกคามหรืออุปสรรคขององค์การ (Threats: T) ทั้งนี้สถานะแวดล้อมภายนอกเป็นสิ่งที่กิจการควบคุมไม่ได้ กิจการที่แข็งแกร่งสามารถฉกฉวยโอกาสได้ดีกว่ากิจการที่อ่อนแอ แบ่งออกเป็นสถานะแวดล้อมภายนอกระดับจุลภาค และสถานะแวดล้อมภายนอกระดับมหภาค

1) **สถานะแวดล้อมภายนอกระดับจุลภาคหรือสถานะแวดล้อมภายนอกที่** เกี่ยวกับการดำเนินงาน มีลักษณะเป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงาน

ได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจการ ซึ่งมีอยู่ในทุกอุตสาหกรรมได้แก่ ชัฟฟลายเออร์ เจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้น กลุ่มผลประโยชน์ รัฐบาล ชุมชน หรือสาธารณชน

2) *สภาวะแวดล้อมภายนอกระดับมหภาค* เป็นสภาวะแวดล้อมทั่วไปที่มีอยู่ภายนอก มีลักษณะเป็นสภาวะการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งไม่ใช่กลุ่มบุคคล แต่อาจส่งผลหรือส่งแรงกดดันต่อองค์กรได้แก่ สภาวะแวดล้อมด้านต่างๆ คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ



ภาพที่ 2.4 ตัวแปรต่างๆ ของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

ที่มา : อติลล่ำ พงศ์ยี่ห่อ , 2555: 4-7

5.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

5.2.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength: S) คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาวะแวดล้อมภายในต่างๆ ที่องค์กรสามารถควบคุมได้และเป็นจุดเด่นหรือข้อได้เปรียบขององค์กร

5.2.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness: W) คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาวะแวดล้อมภายในต่างๆ ที่องค์กรสามารถควบคุมได้และเป็นจุดด้อยหรือข้อเสียเปรียบขององค์กร

5.2.3 การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity: O) คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างๆ ที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้และเป็นโอกาสที่ดีขององค์กร

5.2.4 การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats: T) คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างๆ ที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้และเป็นอุปสรรคต่อองค์กร

ผลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) จะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรต่อไป

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนภรณ์ แซ่ลี (2548) ทำการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพตลาดส่งออกลูกประคบสมุนไพรของไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น แคนาดา และออสเตรเลีย จากการศึกษาสรุปได้ว่า 1) ภาวะตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปัจจัยกระแสรักสุขภาพ กระแสคืนสู่ธรรมชาติและ การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการบำบัด อีกทั้งสถานบริการสปาได้รับความนิยมมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 2) การผลิตผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการผลิตในรูปแบบครัวเรือนหรือการรวมกลุ่มแม่บ้านเป็นส่วนมาก ทำให้มาตรฐานการผลิตยังไม่ดีนัก ซึ่งอุปสรรคที่สำคัญในการผลิตคือการขาดแคลนเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพ เช่น เครื่องอบ เครื่องสับ เครื่องบด เป็นต้น สำหรับการส่งออกนั้นพบว่า ผู้ประกอบการที่ทำการส่งออกส่วนมากทำการขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมักไม่ได้ประโยชน์จากการส่งออกมากนัก จึงควรมีการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถทำการส่งออกได้เอง ปัญหาที่สำคัญในการส่งออกคือกฎระเบียบที่ค่อนข้างเข้มงวดและเงินทุนในการดำเนินกิจการ 3) ผู้ประกอบการที่ไม่ได้ทำการส่งออกมีศักยภาพสูงในด้านการผลิตและด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ แต่ศักยภาพในด้านการตลาดค่อนข้างต่ำ เนื่องจากไม่เข้าใจด้านการตลาดอย่างแท้จริงอีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องเงินทุน ซึ่งแม้ว่าจะมีศักยภาพทางด้านอื่นแต่เมื่อขาดศักยภาพทางการเงินก็ทำให้แผนการที่วางไว้หยุดชะงัก แต่สำหรับผู้ทำการส่งออกค่อนข้างจะมีศักยภาพสูงเกือบทุกด้าน แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องเงินทุนเช่นเดียวกันกับ

ผู้ประกอบการที่ยังไม่มีการส่งออก ซึ่งผู้ประกอบการในโครงการสามารถพัฒนาศักยภาพได้มากขึ้น หากมีการส่งเสริมที่จริงจังจากรัฐ 4) พบว่าความต้องการในตลาดเป้าหมายทั้ง 3 ประเทศเพิ่มมากขึ้น จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่นำเสนอเน้นมีสาระสำคัญในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออกลูกประคบสมุนไพรของไทย เพื่อให้สามารถขยายตลาดและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

กันยารัตน์ ชลสิทธิ์ (2551) ศึกษามาตรฐานและการควบคุมคุณภาพลูกประคบสมุนไพรล้านนา ในการวิจัยนี้ทำการตรวจสอบลูกประคบสมุนไพรล้านนาที่ได้มาจากการผลิต 2 วิธี คือวิธีที่ 1 ผลิตตามสูตรครั้งละ 50 ลูก โดยผสมสมุนไพรในตำรับด้วยวิธีการผสมตามลำดับและใช้เทคนิคการผสมแบบเลขคณิต วิธีที่ 2 ทำการผลิตลูกประคบสมุนไพรทีละลูก โดยชั่งน้ำหนักส่วนผสมสมุนไพรในตำรับต่อลูก การผลิตลูกประคบสมุนไพรได้ใช้หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตในทุกขั้นตอน เมื่อนำลูกประคบที่ผลิตได้มาตรวจสอบคุณสมบัติทางเคมี กายภาพ การปนเปื้อนจุลินทรีย์และโลหะหนัก ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ และศึกษาความคงตัวที่อุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส และ 30 องศาเซลเซียส พบว่าการปนเปื้อนจุลินทรีย์และโลหะหนักผ่านมาตรฐาน การทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้พบว่ามีอยู่ในระดับมาก (100%) ทั้งในสูตรที่ใช้ ลักษณะที่ปรากฏ บรรจุภัณฑ์และประสิทธิผล ข้อมูลจากการศึกษาความคงตัวทำให้ประเมินอายุการเก็บรักษาลูกประคบได้ 2 ปี โดยลูกประคบที่ผลิตได้ทั้งสองวิธีนั้นให้ผลที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ยอดหญิง ศรีอุทธา (2551) ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ลูกประคบบรรจุปลายข้าวเจ้าต้นแบบ 4 ชนิดและศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบทั่วไป โดยเก็บข้อมูลจากประชากรที่มีภูมิลำเนาในอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 370 ราย ด้วยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรเพื่อไปใช้เอง และเคยใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบร้อนจากสถานบริการสุขภาพรัฐบาล ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบทั่วไป พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับค่อนข้างสำคัญ 2 อันดับแรก คือ มีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความปลอดภัย และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง ปกป้องสินค้า ปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับให้ความสำคัญมาก 2 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาถูกเป็นปัจจัยในการเลือกซื้อ ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง 3 อันดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายมีการเดินทางที่สะดวก มีการจัดจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ และการตกแต่งร้านที่สวยงามและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับค่อนข้างสำคัญ 3 อันดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย การให้ส่วนลดพิเศษ และการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ สำหรับการศึกษาศึกษาทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ลูกประคบบรรจุปลายข้าวเจ้าต้นแบบทั้ง 4 ชนิด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อบรรจุภัณฑ์ชนิดที่ 3 มากที่สุด โดยส่วนมากพึงพอใจในสีสันความสะอาดตาของบรรจุภัณฑ์และดูหรูหรา มีราคา ซึ่งสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบทั่วไป โดยมีระดับความสำคัญแตกต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ ลักษณะภายนอกและคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์

สุวรรณทร์ บำรุงสุข จารุวรรณ คงคาอินทร์ และแสงมณี ชิงดวง (2553) ศึกษาวิธีการผลิตลูกประคบสมุนไพร 5 กรรมวิธี ได้แก่ การผึ่งลม การตากแดด การใช้ความร้อนด้วยไมโครเวฟ การนึ่งความดันสูง และการอบ ไม่พบเชื่อว่า วิธีผึ่งลมเป็นวิธีที่ดีที่สุดเพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเรื่องค่าไฟแต่ใช้เวลานานมาก วิธีนี้จะสูญเสียน้ำมันหอมระเหยที่มีอยู่ในไพลและขมิ้นน้อยมาก การตากแดดจะเร็วกว่าวิธีผึ่งลม ส่วนการใช้ความร้อนด้วยไมโครเวฟจะเสียค่าใช้จ่ายเรื่องค่าไฟน้อยกว่าวิธีนึ่งความดันสูงและการอบ เพราะให้ความร้อนนาน 5 นาที ถ้าหากจะใช้วิธีนี้ทำเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมควรใช้เครื่องไมโครเวฟที่ใหญ่เหมาะสมกับงาน การนึ่งอัดความดันและการอบแห้งเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าไฟค่อนข้างมากเพราะใช้เวลานาน แต่ได้ปริมาณงานที่สูงกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้วิธีเหล่านี้ได้ทุกแบบให้เหมาะกับกำลังการผลิตและเครื่องมือที่มีอยู่

รัตนา อัครภูมิสุวรรณ (2555) ศึกษาการสร้างเครื่องช่วยห่อลูกประคบสมุนไพร โดยศึกษาลักษณะลูกประคบสมุนไพรที่ต้องห่อผ้าปิดสนิทรูปทรงกลม ภายในบรรจุสมุนไพรรวมกันแล้วพันคอกลูกประคบสมุนไพร ซึ่งเครื่องช่วยห่อลูกประคบสมุนไพรนำหลักการออกแบบและการเลียนแบบการทำงานการจับยึดของมือคน 2 ตัวคือ ตัวมือจับด้านกลมและตัวมือจับด้ามหัวจุกโดยใช้เทคโนโลยีน้อยที่สุด ดังนั้นการสร้างเครื่องช่วยห่อลูกประคบสมุนไพรประกอบด้วยเครื่องมือ 2 ชุดคือ 1.ชุดจับ แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือตัวลูกประคบที่กลมและด้ามหัวจุกลูกประคบ 2.ชุดพันด้ามจับลูกประคบคือตัวพันเกลียวด้ามจับลูกประคบ จากผลการวิจัยการสร้างเครื่องช่วยห่อลูกประคบสมุนไพรพบว่า การทำงานสามารถเพิ่มความเร็ว ความแข็งแรง การพันเกลียวด้ามให้มีระยะห่างระหว่างเกลียวเท่ากัน ทำให้ด้ามจับมีความสวยงาม ช่วยลดความเจ็บปวดนิ้วมือและความเมื่อยล้าข้อมือในการกดบีบลูกประคบ และเครื่องนี้เหมาะกับการผลิตลูกประคบสมุนไพรปริมาณมาก ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ความนิยมใช้ลูกประคบและความนิยมต่อการนวดแผนไทยมีอัตราสูงขึ้น และวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์หาได้ง่าย การใช้งานลูกประคบไม่ซับซ้อน โอกาสด้านการตลาดสำหรับเครื่องพันลูกประคบจึงน่าจะมีแนวโน้มที่ดีในอนาคตสำหรับธุรกิจชุมชน

คำแสน ประเสริฐสุข (2555) ศึกษาถึงการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพร : กรณีศึกษากลุ่มแพทย์แผนไทย ตำบลนาพิน อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การผลิตลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มแพทย์แผนไทยตำบลนาพิน มีขั้นตอนในการผลิตที่ละเอียดซึ่ง

เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบพืชสมุนไพร ซึ่งมีจำนวนหลายชนิด ทั้งประเภทที่ใช้ส่วนใบ ลำต้น หัว เปลือก/ผิว เถา รวมทั้งหมด 22 ชนิด และส่วนผสมอื่นๆ ที่ไม่ใช่พืชสมุนไพร เช่น พืชมะนาว การบูร เกลือแกง พืชสมุนไพรที่ผ่านการคัดเลือกแล้วต้องนำมาล้างน้ำทำความสะอาด ประเภทที่ใช้หัว ลำต้น เถา เปลือกหั่นบาง ๆ แล้วตากแดด 3-4 แดดจนแห้งแล้วนำเข้าเครื่องอบเสร็จแล้วเก็บไว้ในถุงพลาสติกปิดรัดปากถุงกันฝุ่นละออง ก่อนจะนำสมุนไพรที่ผ่านการอบที่เก็บไว้ในถุงพลาสติกมาบดละเอียด ต้องนำสมุนไพรมาอบอีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงนำมาบดละเอียดรวมกัน อัตราส่วนอย่างละ 5 กรัม โดยบดสมุนไพรประเภทที่ใช้หัว เปลือก เถา ลำต้นก่อน แล้วจึงนำสมุนไพรประเภทที่ใช้ใบมาบดผสมทีหลัง แล้วเติมพืชมะนาว การบูร เกลือแกง อย่างละ 10 กรัม บดเสร็จตามอัตราส่วนผสมแล้วนำมาห่อด้วยผ้าขาวด้วยน้ำหนักสุทธิ 200 กรัมต่อห่อมัดห่อลูกประคบด้วยเชือก แพ็คใส่ถุงพลาสติก แล้วบรรจุในกล่องบรรจุภัณฑ์ การผลิตลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มแพทย์แผนไทยตำบลนาพิน มีขั้นตอนที่ละเอียดมีความชำนาญ ทั้งนี้ประธานกลุ่มต้องคอยควบคุมดูแลการผลิตทุกขั้นตอน การจัดการด้านการตลาดลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มมีช่องทางในด้านการจำหน่าย 5 ช่องทาง คือ 1) จำหน่าย ณ ที่ทำการของกลุ่ม ที่ตั้งหมู่ที่ 1 ตำบลนาพิน อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี 2) จำหน่ายในงานเทศกาล หรืองานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น งานกาชาด งานปีใหม่ งานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา งานแสดงสินค้า OTOP ทั้งในจังหวัดอุบลราชธานี และต่างจังหวัด 3) จำหน่าย ณ ศูนย์ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนครบวงจรระดับอำเภอดงหลวง และต่างจังหวัด 4) จำหน่ายให้เครือข่ายกลุ่มแพทย์แผนไทย 5) จำหน่ายให้ร้านค้า ผู้ประกอบการภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ภายใต้เครื่องหมายลูกประคบสมุนไพร ตราต้นหว้าวน ปัญหาการผลิต ได้แก่ ต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากวัตถุดิบพืชสมุนไพรราคาสูง ต้องจัดหาซื้อตามท้องตลาด เช่น หัวโกฐ เถาเอ็นอ่อน วัสดุอุปกรณ์ในการผลิตไม่เพียงพอ อาคารสถานที่คับแคบ ปัญหาด้านการตลาด พบว่า ช่องทางการตลาดมีน้อย ตลาดแคบ เพราะการดูแลสุขภาพของประชาชนในปัจจุบันมีทางเลือกหลากหลายวิธี ค่าขนส่งมีต้นทุนสูง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร ได้แก่ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ตั้งแต่การอบ บด การฆ่าเชื้อ การชั่งปริมาณให้ได้มาตรฐาน และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือบรรจุภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำแนกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1.1 วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี จากข้อมูลของสำนักงานเกษตรจังหวัดนนทบุรี พบว่าในปี 2556 มีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรีที่ยังคงดำเนินการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งเพียง 2 กลุ่มคือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ดและวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา อำเภอมือง จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลคือสมาชิกกลุ่มทุกราย โดยมีจำนวนสมาชิก 45 ราย และ 15 ราย ตามลำดับ

1.2 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

1.2.1 ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง จากวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง จากวิสาหกิจชุมชนอำเภอมืองนนทบุรี โดยเป็นผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปจำหน่าย กำหนดขนาดตัวอย่างของกลุ่มผู้ซื้อ 2 กลุ่ม ๆ ละ 4 ราย รวม 8 ราย และใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง

1.2.2 ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง จากวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี และผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง จากวิสาหกิจชุมชนอำเภอมืองนนทบุรี กำหนดขนาดตัวอย่างของกลุ่มผู้ใช้ 2 กลุ่ม ๆ ละ 6 ราย รวม 12 ราย และใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง

1.2.3 นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากสำนักงานเกษตรอำเภอปากเกร็ดและสำนักงานเกษตรอำเภอมืองนนทบุรี กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของนักวิชาการ 2 กลุ่ม ๆ ละ 2 ราย รวม 4 ราย และใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ขั้นตอนในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2.1.1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.2 สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

2.1.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจ
แก้ไขความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา

2.1.4 ปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์

2.1.5 นำแบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 แบบสัมภาษณ์ต่างๆ แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ชุดดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งใน
จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่ง ของวิสาหกิจชุมชนใน
จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนใน
จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ภาวะแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบ
สมุนไพรแห่งในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 5 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบ
สมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห่ง จากวิสาหกิจชุมชน
แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห่ง

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง จากวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ชุดที่ 4 แบบสัมภาษณ์นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 มุมมองและแนวคิดของนักวิชาการที่มีต่อลูกประคบสมุนไพรแห้ง

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังทำการ สังเกตการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ และสภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน โดยทำการรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2556

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากตำรา เอกสาร บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และเว็บไซต์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และร้อยละ

4.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 4 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

1.1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

1.1.1 ความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง จัดตั้งเมื่อ พ.ศ. 2547 มีสมาชิกจัดตั้งกลุ่ม 15 คน โดยการนำของนางปราณี เทียงพัฒน์ ซึ่งเป็นแม่บ้านเกษตรกรได้เป็นประธานกลุ่ม ความต้องการเพื่อเป็นวิทยาทานด้านสมุนไพร ประกอบกับบรรพบุรุษได้สืบทอดความรู้ในการทำลูกประคบและการนวดแผนไทย จึงเล็งเห็นถึงภูมิปัญญาไทยที่ควรสืบสาน ได้ทำการตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านสมุนไพร โดยให้ความรู้ด้านการนวดแผนไทยและสอนวิธีการทำลูกประคบสมุนไพร ซึ่งการใช้สมุนไพรในการรักษาอาการเจ็บป่วย การนวดแผนไทย การแปรรูปสมุนไพรต่างๆ อาทิ ยาอบสมุนไพร ยาหม่องน้ำ พิมเสนน้ำ และสมุนไพรต้มดื่ม พร้อมทั้งเป็นวิทยากรให้ความรู้แก่นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เมื่อภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้น จึงได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนในปี

พ.ศ. 2548 ในปี พ.ศ. 2556 มีสมาชิกจำนวน 45 คน ทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการ 10 คน ที่ทำการ
กลุ่มตั้งอยู่ ณ บ้านประธานกลุ่ม ตั้งอยู่ที่ 37/35 ซอยสุขาประชาสรรค์ 2 หมู่ที่ 3 ถนนแจ้งวัฒนะ
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.1.2 วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

1) เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านการนวดแผนไทยโบราณอย่างถูกวิธีให้แก่
ประชาชนทั่วไป

- 2) เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาไทยด้านสมุนไพรที่ใช้บำบัดรักษาโรค
- 3) เพื่อส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรเพื่อบริโภคและรักษาโรค
- 4) เพื่อสร้างรายได้ สร้างอาชีพ ให้แก่เกษตรกรและแม่บ้านผู้ปลูกสมุนไพร
- 5) เพื่อพัฒนาไปสู่การแปรรูปสมุนไพรเพื่อการบริโภคและรักษาโรค
- 6) เพื่อสืบสานตำรายาแผนไทยโบราณให้อยู่ชั่วลูกชั่วหลาน
- 7) เพื่อเป็นแหล่งค้นคว้าความรู้ด้านสมุนไพร

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง
ได้ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำรัส ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว บริหารงาน
ด้วยความโปร่งใส เคารพในการตัดสินใจของสมาชิกกลุ่มฯ ต่อมาทางราชการเห็นถึงความตั้งใจจริง
ในการดำเนินกิจกรรมอันเป็นสาธารณะประโยชน์ จึงให้การสนับสนุนช่วยเหลือในโครงการลงทุน
ภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง เมื่อปี พ.ศ. 2553 ออกค่าใช้จ่ายในการจัดทำบรรจุภัณฑ์สินค้า
สมุนไพรต่างๆ ที่ทางกลุ่มฯ จัดทำขึ้น และได้สนับสนุนเงินทุนมีชาชาว ประเทศญี่ปุ่นเป็นจำนวน
เงิน 20,000 บาท และสนับสนุนกล่องบรรจุภัณฑ์ลูกประคบจำนวน 5,000 บาท

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง มีรายได้จาก
การจำหน่ายลูกประคบสมุนไพรเฉลี่ย 25,000 บาทต่อเดือนหรือเท่ากับ 300,000 บาทต่อปี

ธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง
ประกอบด้วย ลูกประคบสมุนไพร ร้านนวดไทย ยาหม่องน้ำ พิมเสนน้ำ สมุนไพรอบตัว การบูรหอม
ดับกลิ่น สมุนไพรคัมคัม ปอกะบิดแก้เบาหวาน น้ำมันไพล น้ำมันเหลือง น้ำมันงา น้ำมันมะพร้าว
น้ำมันมะรุม สบู่สมุนไพร ครีมทาหน้าขาว สมุนไพรจัดหน้า สมุนไพรจัดตัว แชมพูสมุนไพร
ตะไคร้หอมไล่ยุง ยาบำรุงร่างกาย แคปซูลมะรุม ยาประสะมะเว้ง ยาประสะไพล ยาแก้หวัดฟ้าทลายโจร
ยาบำรุงน้ำมัน ยากวาดลิ้นเด็ก น้ำดื่มสมุนไพรจีน มะตูม กระเจี๊ยบ เป็นต้น

1.1.3 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก

ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยงานกลุ่ม อาชีพหลักและรายได้จาก

กลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงส์ทอง

N=45		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	15	33.33
หญิง	30	66.67
อายุ		
31-40 ปี	5	11.11
41-50 ปี	10	22.23
51-60 ปี	15	33.33
61-70 ปี	15	33.33
อายุสูงสุด 69 ปี		
อายุต่ำสุด 31 ปี		
อายุเฉลี่ย 55 ปี		
สถานภาพ		
โสด	4	8.88
สมรส	30	66.67
หย่าร้าง/หม้าย	11	24.45
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	20	44.44
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	22.22
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	8	17.78
อนุปริญญา/ปวส.	2	4.45
ปริญญาตรี	5	11.11
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยงานกลุ่ม (คณะกรรมการ) n=10		
1 คน	10	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

N=45		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
2 คน	6	13.33
3 คน	11	24.44
4 คน	13	28.89
5 คน	8	17.78
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	7	15.56
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุดครอบครัวละ 8 คน		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนต่ำสุดครอบครัวละ 2 คน		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ยครอบครัวละ 4 คน		
อาชีพหลัก		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	11.11
อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	10	22.22
พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท	7	15.56
*แม่บ้าน/พ่อบ้าน	23	51.11
รายได้จากลูกประกอบสมมุติไพรแห่งเฉลี่ยต่อเดือน (คณะกรรมการ) n=10		
ต่ำกว่า 2,000 บาท	-	-
2,001-3,000 บาท	10	100
รายได้จากกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน (คณะกรรมการ) n=10		
5,001 – 10,000 บาท	-	-
10,001 – 15,000 บาท	10	100
15,001 บาทขึ้นไป	-	-

* แม่บ้าน/พ่อบ้าน หมายถึง ผู้ที่อยู่บ้าน โดยไม่ได้ประกอบอาชีพอื่นใด

จากตาราง 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.67 มีอายุระหว่าง 51-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.66 โดยอายุสูงสุด 69 ปี ต่ำสุด 31 ปี และอายุเฉลี่ย 55 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพสมรสร้อยละ 66.67 ส่วนใหญ่จบชั้นประถมศึกษาร้อยละ 44.44 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

สูงสุดครอบครัวละ 8 คน ต่ำสุดครอบครัวละ 2 คน เฉลี่ยครอบครัวละ 4 คน ครั้งหนึ่งประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 51.11 รายได้จากลูกประกอบสมุนไพรแห้งเฉลี่ยต่อเดือน 2,001-3,000 บาท รายได้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อเดือน 10,001-15,000 บาท

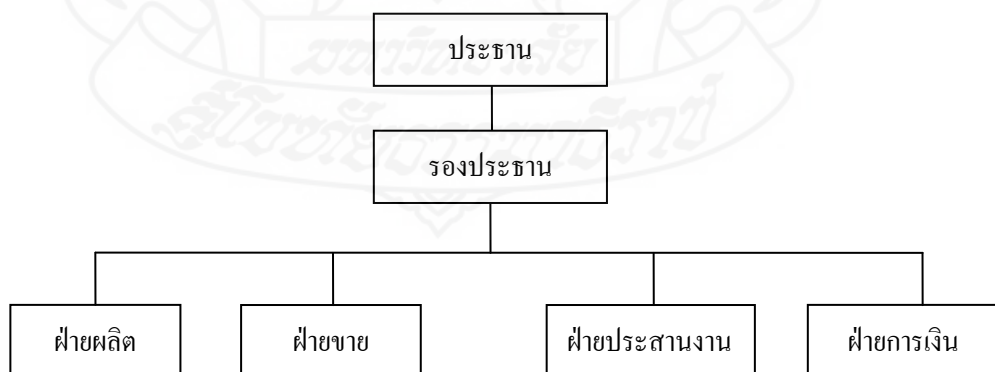
1.1.4 การจัดการวิสาหกิจชุมชน

1) การวางแผน ในการดำเนินกิจการจะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อเป็นหลัก และมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าในกรณีที่ทำหน่วยงานราชการสนับสนุนด้านการออกร้านจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชน โดยจะมีการลงทุนเป็นรายครั้ง และแบ่งผลกำไรกันเป็นรายครั้ง ในด้านแรงงานจะใช้แรงงานของคณะกรรมการ 10 คนเท่านั้น ไม่มีการจ้างแรงงานภายนอก

2) การจัดการกลุ่มมีการบริหารงานโดยคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน ที่ได้จากการเลือกตั้งโดยสมาชิก

(1) แผนภาพโครงสร้างองค์การ บทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ และสมาชิก

- ก. ประธาน มีหน้าที่วางแผน ดำเนินการและควบคุมการทำงาน
- ข. รองประธาน ทำหน้าที่สั่งการกับสมาชิกภายในองค์การ และปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ให้บรรลุตามเป้าหมาย
- ค. ฝ่ายผลิต ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้า
- ง. ฝ่ายขาย ทำหน้าที่จัดจำหน่ายสินค้า
- จ. ฝ่ายประสานงาน ทำหน้าที่ประสานงานภายในองค์การ
- ฉ. ฝ่ายการเงิน ทำหน้าที่ดูแลรายรับ รายจ่าย



ภาพที่ 4.1 โครงสร้างองค์การของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

(2) การสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าสมัครสมาชิกคนละ 20 บาท และ
ค่าแรกเข้าคนละ 200 บาท โดยทุกคนจะได้ซื้อสินค้าในราคาพิเศษ แต่ไม่มีการจ่ายปันผล

การบริหารการสมัครเข้าเป็นสมาชิก

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง
กำหนดระเบียบการสมัครเข้าเป็นสมาชิก ดังนี้

- ก. เงินค่าสมัครสมาชิก 20 บาท
- ข. เงินถือหุ้นแรกเข้าคนละ 200 บาท
- ค. สมาชิกสามารถเพิ่มหุ้นได้ตลอดไม่จำกัดจำนวน

(3) การจัดการรายได้ของกลุ่ม

รายได้จากการรวมกลุ่มจะแบ่งกันเป็นรายครั้งที่มีกิจกรรม โดยจะ
แบ่งเฉพาะกรรมการวิสาหกิจชุมชน 10 คนเท่านั้น

การบริหารจัดการรายได้ให้แก่สมาชิก

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง มีการ
บริหารจัดการผลกำไรที่เกิดจากการดำเนินงานดังนี้

- ก. ค่าตอบแทนฝ่ายผลิตร้อยละ 40
- ข. ค่าตอบแทนคณะกรรมการร้อยละ 40
- ง. กิจกรรมสาธารณะประโยชน์ร้อยละ 20

3) การนำ ประธานจะมีการเรียกคณะกรรมการทุกคนมาประชุมกันเมื่อมี
กิจกรรม โดยมีผลกำไรเป็นสิ่งจูงใจ

4) การควบคุม ก่อนปี 2554 ทางกลุ่มมีการบันทึกข้อมูลอย่างต่อเนื่องแต่
หลังจากเกิดมหาอุทกภัยปี 2554 ที่ทำการกลุ่มประสบปัญหาน้ำท่วมอย่างหนัก ทำให้เอกสารด้าน
การดำเนินงานต่างๆ สูญหายหมด ประกอบกับหน่วยงานราชการไม่ได้ขอตรวจสอบแล้ว จึงไม่มี
การทำบันทึกข้อมูลเป็นเอกสารอีก แต่จะทำการคิดคำนวณต้นทุน-กำไร เป็นรายครั้งเมื่อมีกิจกรรม

1.2 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า

1.2.1 ความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2538 สมาชิกจัดตั้ง 15 คน
โดยการนำของนางพรทิพย์ ฉิมแป้น ซึ่งเป็นแม่บ้านเกษตรกรและเป็นประธานกลุ่ม การรวมตัวกัน
จัดตั้งกลุ่มเนื่องจากสมาชิกมีอาชีพทำสวน ทำไร่ รายได้ไม่เพียงพอสำหรับหาเลี้ยงครอบครัว จึง
รวมตัวกันเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า เพื่อประกอบอาชีพเสริม เพิ่มรายได้นอกเหนือจาก
ภาคเกษตรโดยได้รับการส่งเสริมและได้รับการสนับสนุนจากเกษตรอำเภอ ได้เข้าอบรมด้านการ

แปรรูปพืชสมุนไพร เช่น การทำลูกประคบสมุนไพร การทำสมุนไพรอบตัว ฯลฯ พร้อมทั้งเข้าอบรมด้านการวางแผนไทยเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร สมุนไพรอบตัว ฯลฯ และได้เติบโตเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2548 โดยมีสมาชิกเริ่มก่อตั้งทั้งหมด 15 คน ที่ทำการกลุ่มตั้งอยู่ที่ 57/7 หมู่ 1 ตำบลไทรม้า อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

1.2.2 วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

- 1) เพื่อส่งเสริมการแปรรูปพืชสมุนไพรให้เกิดมูลค่าเพิ่ม
- 2) เพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรมีตลาดรับซื้อพืชผลมากขึ้น
- 3) เพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรมีการอยู่ดีกินดี มีรายได้ที่มั่นคง สามารถ

ยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมได้

- 4) เพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรสามารถนำผลิตภัณฑ์แปรรูปออกจำหน่ายได้ทั้งปี
- 5) เพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรได้พัฒนาตนเองในการแปรรูปพืชผลทางการเกษตร
- 6) เพื่อเป็นศูนย์ให้ความรู้ด้านการแปรรูปพืชสมุนไพร
- 7) เพื่อเป็นศูนย์ฝึกอบรมด้านการวางแผนไทยและการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก

สมุนไพร

จากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า ที่ร่วมแรงร่วมใจกันมาช้านาน ส่งผลให้ภาครัฐเกิดความสนใจ และสนับสนุนเงินทุนในด้านต่างๆ อาทิ

- 1) สนับสนุนเงินทุนในการก่อสร้างอาคารเพื่อแปรรูปลูกประคบสมุนไพร

350,000 บาท

- 2) สนับสนุนอุปกรณ์ เครื่องบด ตู้อบไฟฟ้า เครื่องชั่งและอื่นๆ มูลค่า

150,000 บาท

- 3) เงินทุนส่วนตัวของนางพรทิพย์จากการกู้เงิน 10,000 บาท

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า มีรายได้จากการจำหน่ายลูกประคบสมุนไพรเฉลี่ย 70,000 บาทต่อเดือนหรือเท่ากับ 840,000 บาทต่อปี

ธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า ประกอบด้วยศูนย์บริการวางแผนไทย 15 จุด โดยใช้บ้านของคณะกรรมการทุกคนเป็นร้านวางแผนไทยเพื่อสุขภาพจำหน่ายลูกประคบสมุนไพร สมุนไพรอบตัว เปลือกสมุนไพรขัดผิว สมุนไพรพอกหน้า สบู่สมุนไพร สมุนไพรต้มดื่ม ยาสมุนไพรบรรจุแคปซูล ไหลผง ขมิ้นผง ตะไคร้ผง พิมเสนน้ำ ยาหม่อง น้ำมันไหล หมอนหนุนสมุนไพร แชมพูสมุนไพร ครีมนวดผสมสมุนไพร ครีมหาผิวสมุนไพร สมุนไพรผงแช่เท้า ผ้าบาติก ผ้ามัดย้อม ตะกร้าพลาสติกสาน ดอกไม้ประดิษฐ์ พวงกุญแจ เป็นต้น

1.2.3 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยงานกลุ่ม อาชีพและรายได้จากกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา

N=15		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ (คณะกรรมการ)		
ชาย	5	33.33
หญิง	10	66.67
อายุ (คณะกรรมการ)		
31-40 ปี	4	26.67
41-50 ปี	3	20.02
51-60 ปี	7	46.64
61-70 ปี	1	6.67
อายุสูงสุด 65 ปี		
อายุต่ำสุด 31 ปี		
อายุเฉลี่ย 47 ปี		
สถานภาพ (คณะกรรมการ)		
โสด	3	20.00
สมรส	12	80.00
ระดับการศึกษา (คณะกรรมการ)		
ประถมศึกษา	2	13.34
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	20.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	4	26.67
อนุปริญญา/ปวส.	2	13.34
ปริญญาตรี	4	26.67

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

N=15		
รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
2 คน	2	13.34
3 คน	8	53.33
4 คน	4	26.67
5 คน	1	6.67
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุดครอบครัวละ	5 คน	
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนต่ำสุดครอบครัวละ	2 คน	
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ยครอบครัวละ	3 คน	
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ช่วยงานกลุ่ม (คณะกรรมการ)		
1 คน	15	15
อาชีพหลัก (คณะกรรมการ)		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	6.67
อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	2	13.33
พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท	1	6.67
* แม่บ้าน/พ่อบ้าน	11	73.33
รายได้จากลูกประคบสมุนไพรแห้งเฉลี่ยต่อเดือน (คณะกรรมการ)		
ต่ำกว่า 2,000 บาท		
2,001 – 3,000 บาท		
3,001 – 4,000 บาท		
4,001 - 5,000 บาท	15	100.00
รายได้จากกลุ่มเฉลี่ยต่อเดือน (คณะกรรมการ)		
5,000 – 10,000 บาท		
10,001 – 15,000 บาท		
15,001 บาทขึ้นไป	15	100

* แม่บ้าน/พ่อบ้าน หมายถึง ผู้ที่อยู่บ้าน โดยไม่ได้ประกอบอาชีพอื่นใด

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.67 มีอายุตั้งแต่ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.64 โดยอายุสูงสุด 65 ปี ต่ำสุด 31 ปี และอายุเฉลี่ย 47 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพสมรสร้อยละ 80.00 จบการศึกษาระดับมัธยมต้นขึ้นไปร้อยละ 86.67 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 73.33 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุดครอบครัวละ 5 คน ต่ำสุดครอบครัวละ 2 คน เฉลี่ยครอบครัวละ 3 คน รายได้จากลูกประกอบสมุนไพรรักษาเฉลี่ยต่อเดือน 4,001-5,000 บาท รายได้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป

1.2.4 การจัดการวิสาหกิจชุมชน

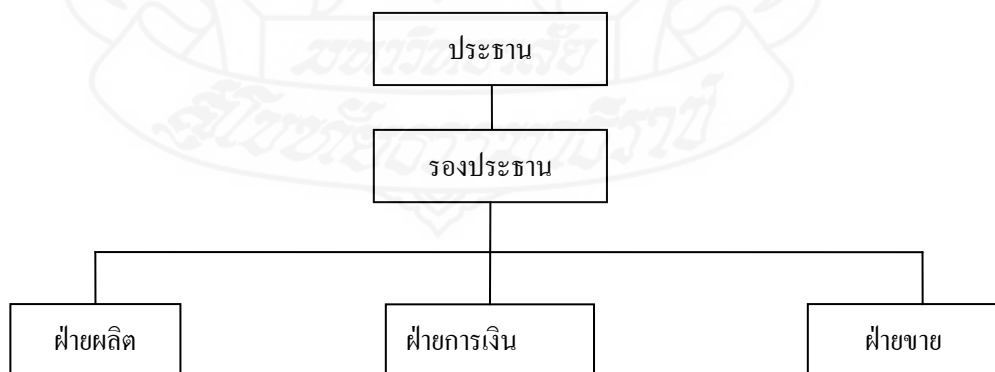
1) การวางแผน ในการดำเนินกิจการจะมีการวางแผนงานล่วงหน้า เพื่อเตรียมผลิตภัณฑ์พร้อมจำหน่ายตลอดเวลา โดยมีสต็อกสินค้า มีการจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าเอง ทำการตลาดเองในบางส่วน ใช้แรงงานจากคณะกรรมการทั้งหมดที่มี 15 คน โดยระดมเพื่อการลงทุนเป็นครั้งคราวและแบ่งผลกำไรเมื่อจำหน่ายสินค้าออกไปได้ทุกสิ้นเดือน

2) การจัดการกิจการ

(1) แผนภาพโครงสร้างองค์การ บทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ

- ประธาน มีหน้าที่วางแผน ดำเนินการและควบคุมการทำงาน
- รองประธาน ทำหน้าที่สั่งการกับสมาชิกภายในองค์การ และปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ให้บรรลุตามเป้าหมาย

- ฝ่ายผลิต ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้า
- ฝ่ายขาย ทำหน้าที่จัดจำหน่ายสินค้า
- ฝ่ายการเงิน ทำหน้าที่ดูแลรายรับ รายจ่าย



ภาพที่ 4.2 โครงสร้างองค์การของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา

(2) การสมัครเข้าเป็นสมาชิก ค่าสมาชิก 20 บาท เงินค่าแรกเข้า 100 บาท

(3) การจัดการรายได้ของกลุ่ม แบ่งผลกำไรเมื่อจำหน่ายสินค้าออกไปได้ ทุกสิ้นเดือน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา มีการบริหารจัดการผลกำไรที่เกิดจากการดำเนินงาน ดังนี้ ค่าตอบแทนคณะกรรมการร้อยละ 20 กิจกรรมสาธารณะประโยชน์ร้อยละ 20 ค่าตอบแทนฝ่ายผลิต ร้อยละ 40

3) การนำ ประธานจะทำการเรียกประชุมเมื่อต้องผลิตสินค้าหรือมีเรื่องที่จะต้องขอมติจากคณะกรรมการ โดยมีการลงใจเป็นผลกำไรจากการร่วมลงทุน

4) การควบคุม ทำการจดบันทึกสรุปรายรับ-รายจ่ายในแต่ละเดือนเพื่อแบ่งผลกำไรจากการลงทุนร่วมกัน และหากสินค้าตัวโดยอดจำหน่ายไม่ดีก็จะทำการยุติการผลิตหรือปรับปรุงพัฒนาให้เป็นที่ต้องการของตลาด

ตอนที่ 2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

2.1 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

2.1.1 การวางแผน

1) การกำหนดวัตถุประสงค์การผลิต ไม่มีการกำหนดวัตถุประสงค์การผลิตสินค้าล่วงหน้า จะผลิตสินค้าเมื่อมีคำสั่งซื้อเท่านั้น

2) การวางแผนจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ได้แก่ สมุนไพรต่างๆ จะจัดหาโดยการซื้อจากสมาชิกและซื้อจากร้านขายส่งสมุนไพรตากแห้งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุดิบสมุนไพรจำหน่ายครบถ้วนทุกชนิด

3) การวางแผนด้านแรงงาน กำหนดให้คณะกรรมการทุกคนต้องลงแรงทำงานทุกครั้งที่ทำกรผลิต

4) การกำหนดแผนการผลิต ไม่มีการกำหนดแผนการผลิตล่วงหน้าจนกว่าจะมีคำสั่งซื้อ

2.1.2 การปฏิบัติการ

1) อุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตลูกประคบสมุนไพรประกอบด้วย มีดใช้สำหรับหั่นและสับสมุนไพร กระดาษ กะละมัง กระตักตากสมุนไพร ตาชั่งสำหรับรองตากสมุนไพร ตาชั่ง ผ้าดิบขาวสำหรับห่อลูกประคบ เชือกสำหรับมัดห่อลูกประคบ เครื่องซีลปากถุงไฟฟ้าขนาดเล็ก ถุงพลาสติกสำหรับบรรจุลูกประคบ และฉลากบรรจุภัณฑ์

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลูกประคบสมุนไพร 1 ลูก ประกอบด้วยสมุนไพร
ต่างๆ ได้แก่ โพล 80 กรัม ผิวมะกรูด 30 กรัม ตะไคร้ 15 กรัม ใบมะขาม 45 กรัม ขมิ้นชัน 15 กรัม
ใบส้มป่อย 15 กรัม และการบูร 2 ซ่อนชา

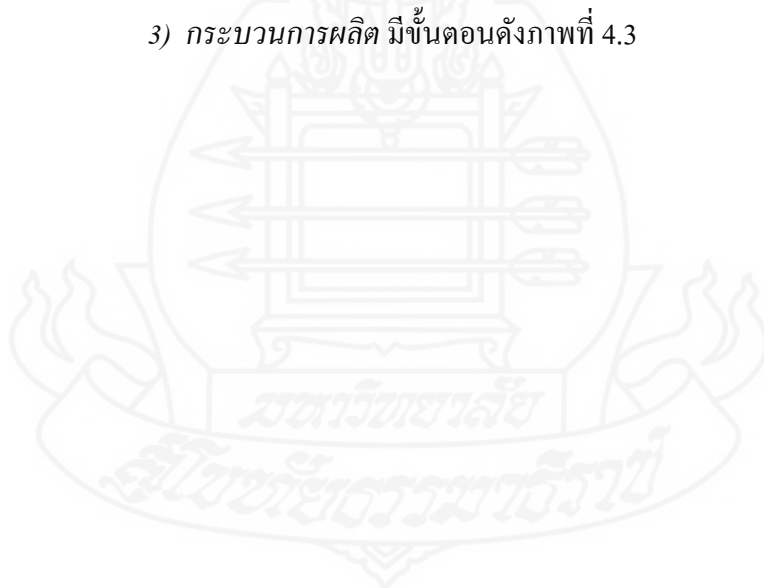
2) การจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลูกประคบซื้อจากแหล่งต่างๆ
ดังต่อไปนี้

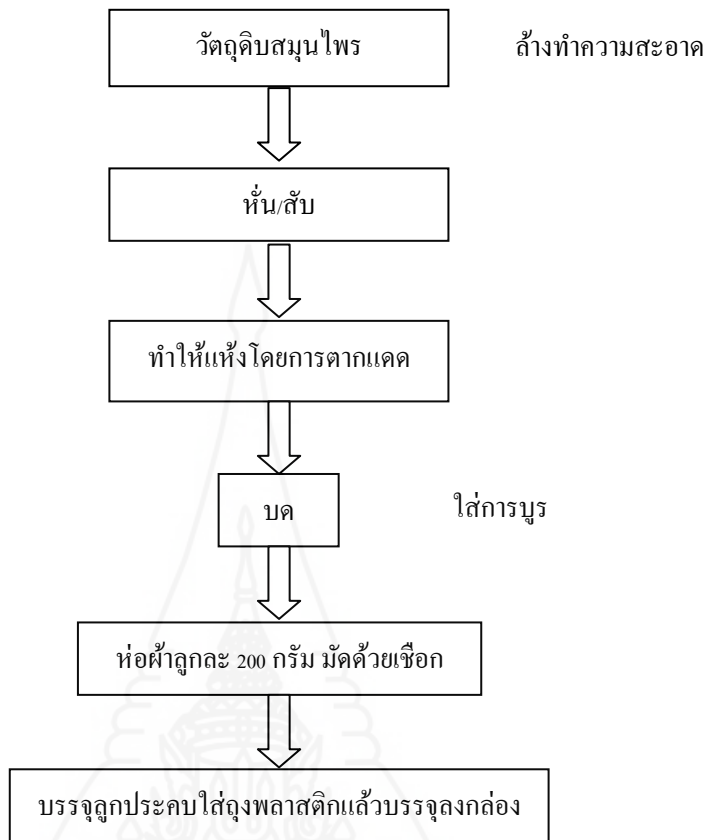
(1) ซื้อจากคณะกรรมการกลุ่ม ได้แก่ ตะไคร้ มะกรูด ใบมะขาม ซึ่งจะทำ
การซื้อเมื่อมีคำสั่งซื้อลูกประคบสมุนไพร

(2) ซื้อจากสมาชิกภายในกลุ่ม คือจะทำการซื้อจากสมาชิกภายในกลุ่ม
ในกรณีที่คณะกรรมการไม่มีวัตถุดิบเพียงพอในการผลิต ได้แก่ ตะไคร้ มะกรูด ใบมะขาม และใบ
ส้มป่อย

(3) ซื้อจากจากร้านค้าส่งสมุนไพรตากแห้ง คือจะทำการซื้อในส่วนของ
การบูรซึ่งเป็นสมุนไพรที่ไม่สามารถปลูกเองได้ และจ้างร้านบดสมุนไพรที่ทางกลุ่มตากแห้งมา
เรียบร้อยแล้ว หรือในกรณีที่ขาดแคลน เช่น หลังน้ำท่วมปี 2554 ก็จะทำการซื้อสมุนไพรทุกตัวจาก
ทางร้านพร้อมทั้งส่งบดทั้งหมด แล้วนำมาเข้าสู่ตราเอง

3) กระบวนการผลิต มีขั้นตอนดังภาพที่ 4.3





ภาพที่ 4.3 กระบวนการผลิตลูกประกอบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

ขั้นตอนการผลิต มีดังนี้ เตรียมสมุนไพรต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตลูกประกอบ นำมาล้างทำความสะอาด แล้วนำมาหั่นบาง ๆ จากนั้นตากแดดจนแห้งสนิท นำสมุนไพรแต่ละประเภท ที่ตากแดดจนแห้งสนิท เก็บใส่ถุงพลาสติกไว้เพื่อกันฝุ่น เมื่อจะผลิตลูกประกอบจึงนำสมุนไพรไปจ้าง บดรวมกันให้ละเอียด เติมพิมเสน การบูร เกือบแฉะ บดเสร็จนำไปห่อด้วยผ้าดิบขาวที่ผ่านการอบ ฆ่าเชื้อแล้ว โดยการชั่งน้ำหนักสุทธิ 1 ลูกต่อ 200 กรัม มัดห่อลูกประกอบสมุนไพรด้วยเชือกด้ายดิบ แพ็คลูกประกอบสมุนไพรที่ห่อผ้าดิบขาวแล้วลงถุงพลาสติก ตัดป้ายฉลาก บรรจุกล่อง เพื่อรอการ จำหน่าย

4) *การเก็บรักษา* ทางวิสาหกิจชุมชนทำการผลิตลูกประกอบสมุนไพรตาม คำสั่งซื้อเท่านั้น จึงไม่มีการเก็บรักษา หรือการทำสต็อกสินค้า เนื่องจากกังวลเรื่องของการอัปเดต และเชื้อราที่อาจเกิดขึ้นได้

2.1.3 การควบคุม ทุกครั้งที่ทำการห่อลูกประคบสมุนไพรจะทำการชั่งทุกครั้งให้ได้ตามที่กำหนดคือลูกละ 200 กรัม แต่ในส่วนของคุณภาพนั้นจะควบคุมได้ด้วยการสังเกตจากตาเปล่า คือ ขณะที่ทำการตากแห้งสมุนไพรจะตรวจดูก่อนว่ามีการปนเปื้อนของเชื้อราหรือสิ่งแปลกปลอมหรือไม่ แต่ในกรณีที่ทำกรสั่งซื้อวัตถุดิบทั้งหมดจากร้านขายส่งสมุนไพรก็ไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้ แต่ใช้หลักความน่าเชื่อถือในชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายด้วยสมุนไพร

2.2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตำบลไทรมา

2.2.1 การวางแผน

1) การกำหนดวัตถุประสงค์การผลิต ทุกเดือนจะต้องผลิตลูกประคบให้ได้ขั้นต่ำเดือนละ 1,000 ลูก

2) การวางแผนจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ตะไคร้ มะกรูด มะขาม และส้มป่อย ทำการปลูกเองบริเวณบ้านของคณะกรรมการแต่ละคน และคณะกรรมการจะนำมาขายให้วิสาหกิจชุมชนเมื่อทำการผลิตลูกประคบ ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการผลิตทุกสิ้นเดือน และซื้อจากร้านค้าส่งสมุนไพรจากภายนอกสำหรับสมุนไพรที่หายากและไม่สามารถปลูกเองได้ในกรุงเทพมหานคร ย่านปากคลองตลาดและย่านถนนจักรวรรดิ เช่น เถาเอ็นอ่อน เถาวัลย์เปรียง พิมเสน การบูร เกลือ เป็นต้น

3) การวางแผนด้านแรงงาน กำหนดให้คณะกรรมการทุกคนต้องลงแรงทำงานทุกครั้งที่ทำกรผลิต

4) การกำหนดแผนการผลิต ผลิตตามคำสั่งซื้อล่วงหน้าและผลิตลูกประคบไว้เป็นสต็อกขั้นต่ำ 200 ลูกในแต่ละเดือน

2.2.2 การปฏิบัติการ

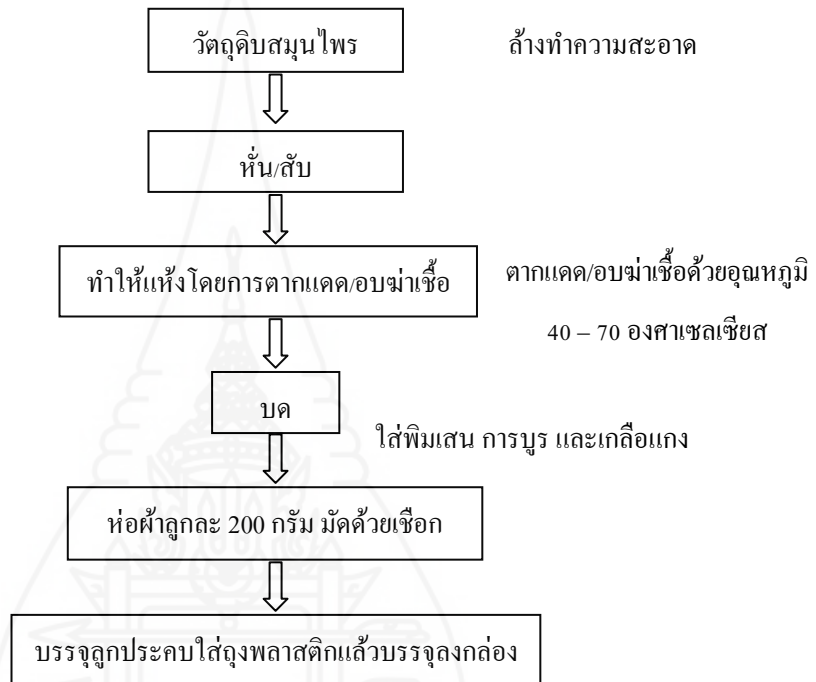
1) อุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตลูกประคบสมุนไพร ประกอบด้วย เขียง มีด ผ้าห่อลูกประคบสมุนไพร และเชือกด้ายดิบ หมอนึ่งลูกประคบสมุนไพร กะละมัง ถุงมือ ผ้าขนหนู และจานรองลูกประคบสมุนไพร เครื่องจักรสำหรับบดสมุนไพร เครื่องอบฆ่าเชื้อ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลูกประคบสมุนไพรต่อหนึ่งลูก ประกอบด้วย

1) เหง้าไพล 2) ขมิ้นชัน 3) ผิวมะกรูด หรือ ผิวส้ม 4) ตะไคร้บ้าน 5) ใบมะขาม 6) ใบส้มป่อย 7) พิมเสน 8) การบูร 9) เกลือแกง 10) ว่านนางคำ 11) เถาเอ็นอ่อน 12) เถาวัลย์เปรียง

2) การจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลูกประคบมาจากแหล่งดังต่อไปนี้

- (1) ซื้อมะขี้จากคณะกรรมการกลุ่ม ได้แก่ ตะไคร้ มะกรูด มะขาม ส้มป่อย
 ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยใช้พื้นที่ให้เป็นประโยชน์
- (2) ซื้อมะขี้จากภายนอกในส่วนที่ไม่สามารถผลิตได้ คือซื้อสมุนไพรบางตัว
 ที่หายากจากร้านขายส่งยาสมุนไพรไทย อาทิ พิมเสน การบูร เกลือแกง เถาเอ็นอ่อน เถาวัลย์เปรียง
- 3) กระบวนการผลิต มีขั้นตอนดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 กระบวนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน
 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า

ขั้นตอนการผลิต นำสมุนไพรแต่ละชนิดมาล้างน้ำหลายๆ ครั้ง ให้สะอาด แล้วผึ่งให้สะเด็ดน้ำ นำไพล ขมิ้นชัน ว่านนางคำ เถาเอ็นอ่อน เถาวัลย์เปรียงมาหั่นเป็นชิ้นบางๆ แล้วอบที่อุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียสหรือตากแดดจนแห้ง จากนั้นนำเข้าเครื่องบดให้ละเอียดตามต้องการ นำตะไคร้ ผิวมะกรูด มาหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วอบที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียสหรือตากแดดจนแห้ง จากนั้นนำเข้าเครื่องบดให้ละเอียดตามต้องการ ใบมะขาม ใบส้มป่อย อบที่อุณหภูมิ 40 องศาเซลเซียสหรือตากแดดจนแห้ง นำสมุนไพรทุกชนิดมาชั่งน้ำหนักตามสูตรที่ต้องการแล้วนำมาผสมกัน เติมการบูร พิมเสน และเกลือ คูลูกเคล้าให้เข้ากัน เตรียมผ้าสำหรับห่อลูกประคบ ซั่งสมุนไพรผสม 200 กรัม วางบนผ้า แล้วจึงห่อลูกประคบให้แน่นด้วยเชือก ขั้นตอนการผลิตดังภาพที่ 4.5-4.21



ภาพที่ 4.5 การล้างทำความสะอาดขมิ้นชัน



ภาพที่ 4.6 การล้างทำความสะอาดไพล



ภาพที่ 4.7 การหั่น/สับ ขมิ้นชัน



ภาพที่ 4.8 การหั่น/สับ ไพล



ภาพที่ 4.9 การหั่น/สับตะไคร้



ภาพที่ 4.10 การซอยพืชมะกรูด



ภาพที่ 4.11 ใบมะขาม



ภาพที่ 4.12 นำสมุนไพรตากแดด



ภาพที่ 4.13 นำสมุนไพรเข้าตู้อบฆ่าเชื้อด้วยความร้อน



ภาพที่ 4.14 นำสมุนไพรใส่เครื่องบดละเอียด



ภาพที่ 4.15 โรยพิมเสน การบูร



ภาพที่ 4.16 ตักใส่ผ้าดิบที่เตรียมไว้



ภาพที่ 4.17 ชั่งปริมาณตามกำหนด



ภาพที่ 4.18 จัดเป็นทรงกลมแล้วมัดด้วยเชือก



ภาพที่ 4.19 บรรจุลงถุงพลาสติก



ภาพที่ 4.20 นำเข้าเครื่องปิดผนึก



ภาพที่ 4.21 บรรจุกล่องเพื่อจัดจำหน่าย

4) **การเก็บรักษา** เก็บในที่ที่ไม่ชื้นและ อากาศถ่ายเทได้สะดวก แต่ที่สำคัญคือไม่ทำสติกกลิ่นคาวไว้มากเกินไป ทั้งนี้เพื่อประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บ และป้องกันการเปลี่ยนแปลง เช่น กลิ่นเหม็นอับ เป็นต้น

2.2.3 การควบคุม การควบคุมด้านปริมาณ จะใช้เครื่องชั่งเป็นตัววัดน้ำหนัก ลูกประคบให้ได้ขนาดลูกละ 200 กรัม และการควบคุมคุณภาพด้วยการดูแลพืชสมุนไพรตั้งแต่กระบวนการปลูกสมุนไพร และทำการแปรรูปเอง อีกทั้งยังใช้ผู้อบฆ่าเชื้อเพื่อความมั่นใจว่าแห้งสนิทไม่มีเชื้อราหรือสิ่งแปลกปลอมอื่นเจือปน

ตอนที่ 3 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนนทบุรี

3.1 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

3.1.1 การวางแผน

1) **การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาด** ไม่มีการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดว่าจะต้องขายให้ได้เท่าไรต่อเดือน เพราะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อเท่านั้น

2) **การกำหนดตลาดเป้าหมาย** ตลาดเป้าหมายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ
1) ผู้ซื้อ ไปใช้เอง 2) ผู้ที่ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ 3) ร้านสปาและร้านนวด

3) **การกำหนดกลยุทธ์การตลาด (ส่วนประสมการตลาด)**

(1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. 176/2546 ได้กำหนดเครื่องหมายการค้าภายใต้ชื่อว่า ลูกประคบสมุนไพรโบราณแม่ปราณี โดยมีน้ำหนักสุทธิ 2x200 กรัม คือในบรรจุภัณฑ์หนึ่งกล่องจะบรรจุลูกประคบสมุนไพร 2 ลูก น้ำหนักลูกละ 200 กรัม กล่องบรรจุใช้สีสันทันตึงดูดีและมีขนาดกล่องกะทัดรัด



ภาพที่ 4.22 ลูกประคบสมุนไพรแห้ง



ภาพที่ 4.23 คำอธิบายประโยชน์



ภาพที่ 4.24 วิธีใช้และข้อควรระวัง
ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 4.25 สูตรยาลูกประคบสมุนไพรแห้ง
และสัญลักษณ์ OTO,
มพช.176/2546

(2) ด้านราคา มีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์ราคาโดยพิจารณาจากผลตอบแทนและกำไรที่ต้องการ มีการกำหนดราคา 3 รูปแบบคือ 1) ราคาขายปลีก ได้กำหนดราคาขายปลีกกล่อง 150 บาทต่อกล่อง 2) ราคาขายส่ง ได้กำหนดราคาขายส่งกล่อง 100 บาทต่อกล่อง จำนวนสั่งซื้อขั้นต่ำ 20 กล่อง โดยผู้ซื้อเป็นผู้รับผิดชอบค่าส่ง หรือมารับเองที่สถานที่ทำการกลุ่ม 3) ราคาขายให้สมาชิกกลุ่มในราคากล่อง 130 บาท

(3) ด้านการจัดจำหน่าย แบ่งการจัดจำหน่ายออกเป็นการจัดจำหน่ายทางตรงกับผู้ใช้โดยการไปจัดจำหน่ายพร้อมทั้งการสาธิตวิธีการใช้ลูกประคบและการจัดจำหน่ายทางอ้อม ดังนี้ 1) ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง ได้แก่ จำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่มฯ จำหน่ายในงานเทศกาล หรืองานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางอำเภอและจังหวัด หรือรัฐบาลเป็นผู้จัด เช่น งานปีใหม่งานกาชาดที่สวนอัมพร งานแสดงผลผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดนนทบุรีและต่างจังหวัด เท่าที่ทางหน่วยงานของราชการจะอนุเคราะห์มาให้ โดยมียอดขายทางตรงร้อยละ 30 ของยอดขายทั้งหมด 2) ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม ได้แก่ ฝากขายกับหน่วยงานต่างๆ เช่น สหกรณ์บางพูน สหกรณ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ฯลฯ จำหน่ายให้กับเครือข่ายกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรด้วยกัน จำหน่ายให้กับห้างร้าน ผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ โดยมียอดขายทางอ้อมร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด



ภาพที่ 4.26 การออกร้านจัดจำหน่าย



ภาพที่ 4.27 การออกร้านจำหน่าย

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการส่งเสริมการตลาดลูกประคบสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนนั้นเน้นด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้รับการอนุเคราะห์จากทางอำเภอในการจัดพิมพ์โบว์ชัวร์และกล่องบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ของทางหน่วยงานราชการ รวมทั้งสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อต่าง ๆ ทำให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปและประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ ทำให้ภาคเอกชนให้ความสนใจ ได้ผลตอบรับที่ดีเสมอมา ซึ่งแนวโน้มจากการส่งเสริมการตลาด ส่งผลให้ยอดขายลูกประคบสมุนไพรเพิ่มขึ้น

4) การกำหนดแผนปฏิบัติการตลาด การกำหนดแผนทางการตลาดนั้น ทางวิสาหกิจชุมชนไม่ได้ดำเนินการเอง ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการทั้งหมด

3.1.2 การปฏิบัติการ ผู้รับผิดชอบหลักคือประธานและรองประธานวิสาหกิจชุมชน และคณะกรรมการ โดยตำแหน่ง วิธีการปฏิบัติคือดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้

3.1.3 การควบคุม การติดตามผลการปฏิบัติทางการตลาดตามแผนที่วางไว้ว่าได้ประสิทธิภาพหรือตรงตามเป้าหมายหรือไม่ หากบกพร่องก็จะนำมาแก้ไขปรับปรุง

3.2 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา

3.2.1 การวางแผน

1) การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาด มีการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดอย่างชัดเจน โดยกำหนดยอดขายต่อเดือนขั้นต่ำ 1,000 ลูก

2) การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1) ผู้ซื้อ ไปใช้เอง 2) ผู้ที่ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ 3) ร้านสปาและร้านนวด

3) การกำหนดกลยุทธ์การตลาด (ส่วนประสมการตลาด)

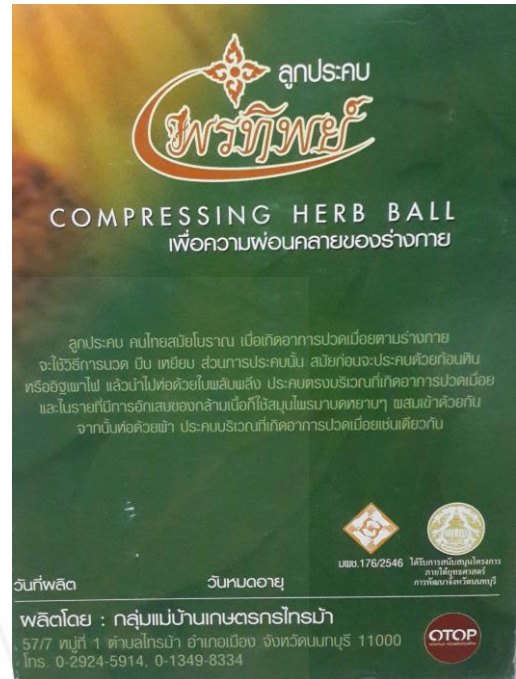
(1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาชนิดและคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่ใช้ในการประคบและสามารถเป็นของที่ระลึกได้โดยการใช้ผ้าบาติก ผ้ามัดย้อม ผ้าสีสันทาลายหลากสีสันทในการทำลูกประคบ และใช้เครื่องยามาก เน้นด้วยยา สรรพคุณทางการรักษาโรคที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มพช.176/2553 เป็นสินค้า OTOP ประจำจังหวัดนนทบุรี ภายใต้ตราสินค้า ลูกประคบพรทิพย์ โดยมีน้ำหนักสุทธิ 2x200 กรัม คือ ในบรรจุภัณฑ์หนึ่งกล่องจะบรรจุลูกประคบสมุนไพร 2 ลูก น้ำหนักลูกละ 200 กรัม กล่องบรรจุใช้สีสันทึงดูใจและมีขนาดกล่องกะทัดรัด



ภาพที่ 4.28 ลูกประคบสมุนไพรแห้ง



ภาพที่ 4.29 ลูกประคบพรทิพย์



ภาพที่ 4.30 วิธีใช้ ข้อควรระวัง การเก็บรักษา
สรรพคุณของลูกประคบ
ส่วนประกอบสำคัญ

ภาพที่ 4.31 ตราสัญลักษณ์ มพช. และ OTOP

(2) **ด้านราคา** ในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์ราคา โดยพิจารณาจากต้นทุนและกำไรที่ต้องการ มาตรฐานเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดราคา มีการกำหนดราคา 2 รูปแบบ คือ 1) ราคาขายปลีก ได้กำหนดราคาขายปลีกกิโลละ 150 บาทต่อกล่อง 2) ราคาขายส่งได้กำหนดราคาขายส่งกิโลละ 100 บาทต่อกล่อง ในการสั่งซื้อขั้นต่ำ 50 ลูกหรือ 25 คู่ โดยผู้ซื้อเป็นผู้รับผิดชอบค่าขนส่งหรือมารับเองที่สถานที่ทำการกลุ่ม

(3) **ด้านการจัดจำหน่าย** ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง ได้แก่ การจำหน่ายที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา อำเภอมือง จังหวัดนนทบุรี จำหน่ายโดยตรงที่หน่วยงานต่างๆ และจำหน่ายให้กับศูนย์วัดอิสระ/ร้านนวดและสปา จำหน่ายที่เทศบาลตำบลไทรมา จำหน่ายที่ร้านหน้าวัดใหญ่สว่างอารมณ์ จำหน่ายตามงานและเทศกาลต่างๆ ที่ทางหน่วยงานราชการจัดขึ้น จำหน่ายตามห้างเมื่อมีการจัดงานส่งเสริมสินค้าสมุนไพร โดยมียอดขายทางตรงร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมด ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม ได้แก่ ฝากขายกับหน่วยงานราชการและเอกชนต่างๆ ซึ่งมียอดขายทางอ้อมร้อยละ 30 ของยอดขายทั้งหมด



ภาพที่ 4.32 การออกร้านจัดจำหน่าย



ภาพที่ 4.33 การจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่มฯ

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้พนักงานขายในการส่งเสริมการตลาด ลูกประคบสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชน ด้วยการอบรมเบื้องต้น เช่น การให้ความรู้และแนะนำสรรพคุณสมุนไพรแต่ละชนิดแก่ผู้ซื้อพร้อมทั้งสาธิตวิธีการใช้ ประกอบกับการให้ความรู้กับผู้ซื้อถึงประโยชน์ของลูกประคบสมุนไพร เพื่อให้สามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ การส่งเสริมการตลาด ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น

4) การกำหนดแผนปฏิบัติการการตลาด ประธานวิสาหกิจชุมชนจะเป็นผู้กำหนดแผนการตลาด แต่ไม่ได้ทำเป็นลายลักษณ์อักษร โดยการกำหนดแผนการตลาดจะปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ไม่มีการวางแผนล่วงหน้าระยะยาว เป็นการวางแผนการตลาดแบบเฉพาะสำหรับช่วงเวลานั้น

3.3.2 การปฏิบัติการ ผู้รับผิดชอบหลักคือประธานและรองประธานวิสาหกิจชุมชน และคณะกรรมการ โดยตำแหน่ง วิธีการปฏิบัติคือดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้

3.3.3 การควบคุม การติดตามผลการปฏิบัติทางการตลาดตามแผนที่วางไว้ว่าได้ประสิทธิภาพหรือตรงตามเป้าหมายหรือไม่ หากบกพร่องก็จะนำมาแก้ไขปรับปรุง โดยมีการควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพและปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้น

ตอนที่ 4 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้ง ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

4.1 ปัญหาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

4.1.1 ปัญหาการผลิต

- 1) ขาดความรู้ในด้านการวางแผนการผลิต
- 2) ขาดแคลนเงินทุนในการจัดหาอุปกรณ์ในการผลิตลูกประคบสมุนไพร ทำให้ต้องใช้แรงงานคน คือหากมีเครื่องบดเป็นของตัวเองก็จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างบดสมุนไพร และช่วยลดแรงงานลงได้
- 3) คุณภาพของวัตถุดิบไม่สม่ำเสมอจึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานตามที่ต้องการ เนื่องจากไม่ได้ทำการปลูกวัตถุดิบทุกชนิดเองทั้งหมด ส่วนใหญ่ซื้อมาจากตลาดสด

4.1.2 ปัญหาการตลาด

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าขาดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน เนื่องจากวัตถุดิบบางชนิดทางกลุ่มผลิตเองแต่ไม่ได้ทำการบด เช่น ตะไคร้ ดังนั้นเมื่อนำมาเข้าตัวยา ทำให้ไม่เป็นเนื้อเดียวกัน การแบ่งมาชั่งเพื่อทำลูกประคบแต่ละลูกจึงได้ตัวยาไม่เท่ากัน รูปลักษณะกล่องบรรจุภัณฑ์ ล้าสมัย วิธีการใช้ยุ่งยาก ผู้บริโภคไม่มีความเชื่อถือ และตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร
- 2) ด้านการจัดจำหน่าย มีปัญหาเกี่ยวกับการกระจายสินค้าและวางจำหน่ายไม่ครอบคลุม ทำให้ขาดโอกาส และมีจำนวนผู้ซื้อน้อยราย พ่อค้าคนกลางมีอำนาจในการต่อรองสูง
- 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัญหาเกี่ยวกับขาดแคลนเงินทุนที่จะทำการส่งเสริมการตลาด ไม่มีการส่งเสริมการตลาดที่ดึงดูดใจ ไม่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ขาดพนักงานขายที่มีทักษะความชำนาญในการแนะนำสินค้า

4.2 ปัญหาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา

- #### 4.2.1 ปัญหาการผลิต
- ไม่มีปัญหาทางด้านการดำเนินการผลิต แม้ว่าจะมีกำลังการผลิตสูง เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลไทรมาในด้านอุปกรณ์การผลิตลูกประคบอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้ประหยัดเวลาและแรงงานในการผลิต แต่พบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนสินค้าที่สูงกว่าคู่แข่งมากเนื่องจากว่าใช้ส่วนผสมของสมุนไพรที่หายากหลายตัวเพิ่มทำให้ต้องสั่งซื้อจากภายนอก เช่น เถาเอ็นอ่อน เถาวัลย์เปรียง เป็นต้น

4.2.2 ปัญหาการตลาด

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ล้ำสมัยดูไม่เหมาะสมกับราคา วิธีการใช้ยุ่งยาก
- 2) ด้านการจัดจำหน่าย มีปัญหาเกี่ยวกับการกระจายสินค้าและวางจำหน่าย ไม่ครอบคลุม ทำให้ขาดโอกาส และมีจำนวนผู้ซื้อน้อยราย
- 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนเงินทุนที่จะทำการส่งเสริมการตลาด ไม่มีการส่งเสริมการตลาดที่ดึงดูดใจ ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องเนื่องด้านการประชาสัมพันธ์

4.3 การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน

4.3.1 การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง โดยการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มเพื่อร่วมกันให้ข้อมูลและการสังเกต

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประชากรกลุ่มมีประสบการณ์ในการทำงาน	1. การขยายการผลิตต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก การระดมทุนจากสมาชิกอย่างเดียวนั้นอาจไม่เพียงพอ
2. มีการระดมเงินทุนจากสมาชิกในกลุ่ม โดยไม่ได้กู้ยืมจากสถาบันการเงินใด	2. การใช้บุคลากรที่ไม่มีความชำนาญมากพอในการผลิต ทำให้งานไม่ประณีต
3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น คือมีความเป็นไทยตัวยาเป็นสมุนไพรไทยโบราณคงความเป็น “ลูกประคบสมุนไพรโบราณ” เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย	3. สินค้าไม่ได้มาตรฐานที่สม่ำเสมอ
	4. อายุของสมาชิกที่ค่อนข้างสูง ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานน้อยลง
	5. สมาชิกกลุ่มขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยี ทำให้ไม่ยอมรับเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ
	6. ทิศทางกลยุทธ์ไม่ชัดเจน
	7. สิ่งอำนวยความสะดวกล้ำสมัย
	8. ความสามารถในการสร้างกำไรต่ำ ทักษะการตลาดด้อยกว่าคู่แข่ง
	9. สายผลิตภัณฑ์แคบเกินไปเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
	10. ภาพพจน์และชื่อเสียงของตราสินค้าอ่อนแอ ยังไม่เป็นที่รู้จัก
	11. ด้านการจัดจำหน่ายด้อยกว่าคู่แข่ง

โอกาส	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดทั้งในและนอกประเทศมีความต้องการลูกประคบสมุนไพรมากขึ้น สามารถขยายเข้าสู่ตลาดใหม่เพิ่มขึ้น 2. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 การพัฒนาเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการผลิตให้ดีขึ้น 2.2 การพัฒนาสมาชิกให้มีความชำนาญในการผลิตและการใช้เทคโนโลยีด้วยการฝึกอบรม 2.3 การพัฒนาบรรจุกัญชีเพื่อให้รักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ระหว่างการขนส่ง 2.4 ทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจในตัวสินค้าลูกประคบสมุนไพร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยส่งผลให้ผู้ซื้อมีความสามารถในการซื้อลดลง 2. มีการแข่งขันจากผู้ผลิตรายอื่นที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าและขายในราคาถูกลงกว่า 3. ผู้บริโภคไม่เข้าใจถึงต้นทุนในการผลิตลูกประคบต้องใช้ตัวยามีคุณภาพสูงทำให้ราคาจำหน่ายลูกประคบมีราคาแพงตามไปด้วย แต่ผู้บริโภคต้องการซื้อลูกประคบในราคาที่ถูกลง 4. ต้นทุนการผลิตบางตัวไม่สามารถควบคุมได้ และถูกตัดราคาจากผู้ผลิตที่อยู่ต่างจังหวัด 5. ราคาวัตถุดิบบางชนิด เช่น การบูร มีการปรับราคาสูง 6. อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้ 7. ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีอำนาจต่อรองสูง 8. การเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการและรสนิยมของผู้ซื้อที่มีต่อบรรจุกัญชี

4.3.2 การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบล

ไทรมัว โดยการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มเพื่อร่วมกันให้ข้อมูลและการสังเกต

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง 2. สร้างตราสินค้าเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับทั้งในภาครัฐและเอกชน 3. มุ่งเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 4. การต่อยอดของสินค้ารวมถึงการปรับตัวหรือการปรับกลยุทธ์ได้เป็นอย่างดี 5. ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง 2. ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเองนั้นขาดผู้มีความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษที่จะมาต่อยอดด้านการส่งออก

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 6. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น 7. อายุของสมาชิกเฉลี่ย 47 ปี ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูง 8. มีประธานกลุ่มที่สามารถบริหารงานได้ดีมีประสบการณ์ในการทำงานและใฝ่รู้อยู่ตลอด 9. มีสภาพทางการเงินที่แข็งแกร่งที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้ดี 10. ความสามารถที่จะสร้างข้อได้เปรียบจากขนาดของการผลิตที่มีกำลังการผลิตสูง 11. การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหนือกว่าคู่แข่ง 12. มีการวางกลยุทธ์ที่ชัดเจนและได้ผลดี 13. สมาชิกกลุ่มมีการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่จากภายนอกอยู่เสมอ 14. มีส่วนครองตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งจึงขยายงานได้เร็วกว่า 15. การขยายสายผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด 16. มีความสามารถในการแข่งขัน 	
โอกาส	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> 1. เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับเงินทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากเทศบาลตำบลไทรมา ทำให้เกิดโอกาสในการขยายงานที่ง่ายขึ้น 2. มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ปรับปรุงการผลิต 3. ตลาดมีความต้องการสูงจึงเป็นโอกาสในการขยายตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มาตรฐานถูกประคบสมุนไพรที่ภาครัฐกำหนดนั้น ไม่เป็นที่ยอมรับในตลาดส่งออก 2. อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่สามารถทดแทนกันได้ 3. ต้นทุนวัตถุดิบที่ไม่สามารถปลูกเองได้ขึ้นราคาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง 4. ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีอำนาจต่อรองสูง

โอกาส	อุปสรรค
<p>4. ภาครัฐมีการฝึกอบรมให้กับพนักงานเป็นประจำในด้านต่างๆ อาทิ ด้านการวางแผน</p> <p>5. ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มฯ โดยการนำลูกประคบสมุนไพรเป็นสินค้าประจำจังหวัดนนทบุรี</p>	<p>5. การเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการและรสนิยมของผู้ซื้อที่มีต่อบรรจุภัณฑ์</p> <p>6. อุปสรรคที่เกิดจากข้อกีดกันทางการค้าในต่างประเทศ</p>

4.4 แนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

การพัฒนาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรีมีแนวทางการพัฒนาที่นำเสนอโดยผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนี้

4.4.1 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง

นำเสนอแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1) การพัฒนาการผลิต

(1) การกำหนดวัตถุประสงค์การผลิต จะช่วยในการวางแผนล่วงหน้าได้

(2) การวางแผนจัดหาวัตถุดิบ โดยการเน้นการปลูกสมุนไพรเองให้มากขึ้น ช่วยประหยัดด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย

(3) การวางแผนด้านแรงงาน ควรใช้เครื่องทุ่นแรงเข้ามาช่วยเพื่อลดค่าใช้จ่าย ด้านแรงงานลง

(4) การกำหนดแผนการผลิต จะช่วยในการวางแผนล่วงหน้า

(5) การปฏิบัติการ ควรใช้อุปกรณ์เครื่องทุ่นแรงเข้ามาช่วยในการผลิต

(6) การควบคุม ควรเน้นการควบคุมคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม

2) การพัฒนาการตลาด ควรเน้นการกำหนดกลยุทธ์การตลาด (ส่วนประสม

การตลาด)

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นการสร้างชื่อเสียงให้แก่ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับมาตรฐาน มผช. 176/2546 ได้กำหนดเครื่องหมายการค้าภายใต้ชื่อว่า ลูกประคบสมุนไพรโบราณ แม่ปราณี เพื่อให้เป็นที่ยอมรับด้านชื่อเสียง

(2) *ด้านราคา* การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์ราคาที่เป็นธรรมที่คำนึงถึงต้นทุนการผลิต ซึ่งยอมรับได้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค จะเป็นการช่วยสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อ

(3) *ด้านการจัดจำหน่าย* แบ่งการจัดจำหน่ายออกเป็นการจัดจำหน่ายทางตรงกับผู้ใช้โดยการไปจัดจำหน่ายพร้อมทั้งการสาธิตวิธีการใช้ลูกประคบและการจัดจำหน่ายทางอ้อม ซึ่งเป็นการจัดช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดี แต่ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายและเป็นที่รู้จักให้มากขึ้น

(4) *ด้านการส่งเสริมการตลาด* ในการส่งเสริมการตลาดลูกประคบสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนนั้นควรเน้นด้านการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและสม่ำเสมอ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ของทางหน่วยงานราชการ รวมทั้งการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสื่ออื่นๆ ทำให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป และประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ ทำให้ภาคเอกชนให้ความสนใจและได้ผลตอบรับที่ดีเสมอมา ซึ่งแนวโน้มจากการส่งเสริมการตลาด ส่งผลให้ยอดขายสมุนไพรลูกประคบเพิ่มมากขึ้น

4.4.2 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา

1) *การพัฒนาการผลิต* ไม่มีปัญหาทางด้านการผลิต แม้ว่าจะมีกำลังการผลิตสูงเนื่องจากได้รับการสนับสนุนด้านอุปกรณ์การผลิตลูกประคบอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้ประหยัดเวลาและแรงงานในการผลิต

2) *การพัฒนาการตลาด*

(1) *ด้านผลิตภัณฑ์* ควรปรับปรุงลักษณะบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและดึงดูดใจมากยิ่งขึ้นอีก

(2) *ด้านราคา* ควรใช้กลยุทธ์การตั้งราคาให้สูงกว่าคู่แข่งขึ้นเพื่อป้องกันถึงคุณภาพของลูกประคบที่มีส่วนผสมของตัวยาที่มากกว่าลูกประคบของยี่ห้ออื่น

(3) *ด้านการจัดจำหน่าย* ควรกระจายสินค้าและวางจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมมากกว่านี้

(4) *ด้านการส่งเสริมการตลาด* ควรมีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

4.4.3 *ผู้ซื้อลูกประคบสมุนไพรจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง* เป็นผู้ซื้อเพื่อไปขายต่อและเป็นลูกค้าประจำ กลุ่มผู้ซื้อที่มีความพอใจในผลิตภัณฑ์ โดยเห็นว่า

1) *การพัฒนาการผลิต* จากข้อมูลกลุ่มผู้ซื้อจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทองมีความพอใจในผลิตภัณฑ์ เป็นกลุ่มที่ตัดสินใจในการซื้อสินค้าเอง และมีความถี่ในการซื้อประมาณเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งทางวิสาหกิจชุมชนก็จะได้ทำการเตรียมการผลิตสินค้าไว้ล่วงหน้าได้ ไม่จำเป็นต้องรอคำสั่งซื้อเพียงอย่างเดียว

2) *การพัฒนาการตลาด* จากข้อมูลกลุ่มผู้ซื้อจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง รู้จักสินค้าจากงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากกว่ารู้จักสินค้าจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ดังนั้นทางวิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กลุ่มผู้ซื้อพอใจในคุณภาพของลูกประคบ แต่ต้องการให้ราคาขายของลูกประคบอยู่ในเกณฑ์ราคาขายส่งคู่ละ 100 บาทโดยไม่ต้องมียอดสั่งซื้อขั้นต่ำและควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

4.4.4 ผู้ซื้อลูกประคบสมุนไพรจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบล

ไทรมา

1) *การพัฒนาการผลิต* กลุ่มผู้ซื้อเป็นกลุ่มที่หลากหลายในเรื่องความถี่ในการซื้อซึ่งไม่แน่นอนคือบางช่วงซื้อมาก บางช่วงซื้อน้อย ดังนั้นการวางแผนการผลิตล่วงหน้าทางวิสาหกิจชุมชน ทำอยู่ที่เพียงพอแล้ว

2) *การพัฒนาการตลาด* ผู้ซื้อเป็นผู้ตัดสินใจการซื้อเองทุกราย มีความพอใจในคุณภาพของสินค้า ไม่ว่าจะลูกประคบจะราคาคู่ละเท่าไรก็ซื้อ นั่นหมายความว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถตั้งราคาโดยใช้กลยุทธ์ราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้เป็นอย่างดี เพราะผู้ซื้อมองว่าเป็นสินค้ามีคุณภาพและอยู่ในราคาที่เหมาะสม ผู้ซื้อส่วนใหญ่รู้จักสินค้าของกลุ่มจากการแนะนำต่อและจากงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงควรประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่นเพิ่มเติม โดยผู้ซื้อเสนอแนะให้มีการประชาสัมพันธ์ แจกแผ่นพับ ใบปลิว เพิ่มขึ้น

4.4.5 *ผู้ใช้ลูกประคบสมุนไพรจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง* โดยผู้ใช้เป็นผู้ที่ซื้อลูกประคบสมุนไพรแห้งจากกลุ่มและนำไปใช้บริการนวดทั้งการนวดที่กลุ่มหรือซื้อกลับไปใช้โดยจ้างผู้อื่นนวดที่บ้าน

1) *การพัฒนาการผลิต* ผู้ใช้ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยใช้ลูกประคบของวิสาหกิจชุมชนและจะยังคงใช้ต่อเนื่องในอนาคต ดังนั้นจึงควรทำการวางแผนการผลิตล่วงหน้าเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มผู้ใช้

2) *การพัฒนาการตลาด* กลุ่มตัวอย่างทุกรายที่เป็นผู้ใช้ มั่นใจในคุณภาพของลูกประคบสมุนไพรว่าดีเพียงพอ แต่ต้องการให้ลดราคาให้ต่ำลง ดังนั้นทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงควรนำไปพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย ผู้ใช้ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

รู้จักลูกประคบจากห้างสรรพสินค้า แต่เห็นลูกประคบจำหน่ายที่ห้างร้อยละ 50 จึงควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าเพิ่ม และกลุ่มผู้ใช้ มีการแนะนำให้ปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าให้มากขึ้น

4.4.6 ผู้ใช้ลูกประคบสมุนไพรจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา
โดยผู้ใช้เป็นผู้ที่ซื้อลูกประคบสมุนไพรแห่งจากกลุ่มและนำไปใช้บริการนวดทั้งการนวดที่กลุ่มหรือซื้อกลับไปใช้โดยจ้างผู้อื่นนวดที่บ้าน

1) *การพัฒนาการผลิต* กลุ่มตัวอย่างทุกรายที่เป็นผู้ใช้ เคยใช้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และจะใช้อย่างแน่นอนในอนาคต

2) *การพัฒนาการตลาด* กลุ่มตัวอย่างทุกรายที่เป็นผู้ใช้ ใส่ใจในสินค้าสุขภาพด้านการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และเคยใช้สินค้ามาแล้วและจะใช้ต่อไปในอนาคต เพราะมั่นใจในคุณภาพที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานราชการ และรู้จักสินค้าของวิสาหกิจชุมชนหลากหลายช่องทาง และส่วนใหญ่พบเห็นที่งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่นเพิ่มเติม เช่น ในห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด ร้านขายยา งานแสดงสินค้าของวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ทุกรายต้องการให้ลดราคาสินค้าลง และแนะนำให้ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ที่ล้ำสมัยเพื่อดึงดูดใจมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

4.4.7 นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง

1) *การพัฒนาการผลิต* นักวิชาการมองว่าลูกประคบสมุนไพรมีช่องทางการจำหน่ายแคบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีการวางแผนการผลิตอย่างระมัดระวัง เพราะสินค้าทดแทนสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีมากมายในท้องตลาดซึ่งทำให้ทางเลือกของผู้บริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย และการที่ผู้บริโภคมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นนั้นทำให้กลุ่มผู้ผลิตจำเป็นต้องพัฒนาด้านต่างๆ โดยมุ่งเน้นไปที่กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน และเพิ่มความหลากหลายของสินค้า

2) *การพัฒนาการตลาด* ผลการสัมภาษณ์นักวิชาการที่เกี่ยวข้องรู้จักผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากสื่องานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และจากศูนย์วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีคุณภาพดีเพียงพอราคาที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรต่อ 2 ลูกหรือ 1 คู่ ขนาดบรรจุ 400 กรัมต่อคู่ในระดับที่น่าพึงพอใจคือมีราคาต่ำกว่า 150 บาท ส่วนใหญ่จะเห็นผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้จากงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ งานแสดงจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน ร้านค้าในชุมชน และงานแสดงสินค้าของชุมชน ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในด้านการบรรจุภัณฑ์ และควรมีการประชาสัมพันธ์

ให้มากขึ้น นอกจากนั้นควรมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้า มาตรฐานของสินค้า กระบวนการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดสถานที่เพื่อจำหน่าย รวมถึงความรู้ ความชำนาญของ สมาชิกในกลุ่ม เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกมาจำหน่ายแข่งขันกับคู่แข่งกันได้



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี” ผู้วิจัยได้สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1.1 เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี
- 1.1.2 เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน
- 1.1.3 เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน
- 1.1.4 เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยทำการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทุกราย จำนวน 45 ราย และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้อ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยทำการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทุกรายจำนวน 15 ราย กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่มๆ ละ 4 ราย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่มๆ ละ 6 ราย กลุ่มตัวอย่างนักวิชาการที่เกี่ยวข้องจากสำนักงานเกษตรอำเภอทั้ง 2 กลุ่มๆ ละ 2 ราย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทุกราย สังเกตการดำเนินงาน กิจกรรมต่างๆ และสภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี 2556 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และข้อมูลเชิงคุณภาพทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

1.3 ผลการวิจัย

1.3.1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง

1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมชนหน้าวัดหงษ์ทอง มีสมาชิกจำนวน 45 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.67 มีอายุระหว่าง 51-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.66 โดยอายุสูงสุด 69 ปี ต่ำสุด 31 ปี และอายุเฉลี่ย 55 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพสมรสร้อยละ 66.67 จบชั้นประถมศึกษาร้อยละ 44.44 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุดครอบครัวละ 8 คน ต่ำสุดครอบครัวละ 2 คน เฉลี่ยครอบครัวละ 4 คน ครั้งหนึ่งประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านร้อยละ 51.11 รายได้จากลูกประคบสมุนไพรแห้งเฉพาะคณะกรรมการแต่ละคนเฉลี่ยต่อเดือน 2,001-3,000 บาท รายได้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อเดือนเฉพาะคณะกรรมการแต่ละคน 10,001-15,000 บาท ในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชนมีหน่วยงานภาครัฐช่วยวางแผน บริหารงานโดยคณะกรรมการจำนวน 10 คน มีการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายการผลิต ฝ่ายขาย ฝ่ายประสานงานและฝ่ายการเงิน ภายใต้อำนาจควบคุมดูแลของประธานและรองประธาน ค่าสมัครสมาชิกคนละ 20 บาท ค่าแรกเข้าคนละ 200 บาท มีการแบ่งรายได้เป็นรายครึ่งตามกิจกรรมที่ทำ โดยประธานเป็นผู้เรียกประชุมในการคำนวณรายรับ-รายจ่าย และแบ่งผลกำไรเฉพาะคณะกรรมการที่ดำเนินงานกลุ่มเท่านั้น

2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้า มีสมาชิกจำนวน 15 คน ซึ่งเป็นคณะกรรมการกลุ่มทุกคน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.67 มีอายุตั้งแต่ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.64 โดยอายุสูงสุด 65 ปี ต่ำสุด 31 ปี และอายุเฉลี่ย 47 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพสมรสร้อยละ 80.00 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นขึ้นไปร้อยละ 86.67 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้านร้อยละ 73.33 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุดครอบครัวละ 5 คน ต่ำสุดครอบครัวละ 2 คน เฉลี่ยครอบครัวละ 3 คน รายได้จากลูกประคบสมุนไพรแห้งเฉลี่ยต่อเดือน 4,001-5,000 บาท รายได้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเฉลี่ยต่อคนต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน มีการวางแผนล่วงหน้า แบ่งหน้าที่ออกเป็นฝ่ายต่างๆ ประกอบด้วยประธาน รองประธาน ฝ่ายผลิต ฝ่ายการเงินและฝ่ายขาย เก็บค่าสมัครเป็นสมาชิก 20 บาท เงินแรกเข้า 100 บาท ประธานเป็นผู้นำการประชุมในการแบ่งผลกำไรทุกสิ้นเดือน โดยมีการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายในแต่ละเดือนเพื่อแบ่งผลกำไรจากการลงทุนร่วมกันและปรึกษาหารือปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

สรุป ข้อมูลพื้นฐานบางประการของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม ดัง

ตาราง

	วิสาหกิจชุมชน หน้าวัดหงษ์ทอง	วิสาหกิจชุมชน ตำบลไทรมา	เฉลี่ย
อายุเฉลี่ย (ปี)	55	47	51
ระดับการศึกษา (ร้อยละ)			
ประถมศึกษา	44.44	13.33	36.67
สูงกว่าประถมศึกษา	55.56	86.67	63.33
จำนวนสมาชิกที่ช่วยงานกลุ่ม (คน)	10	15	12

1.3.2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน

1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง จากการวิจัยพบว่าไม่มีการกำหนดวัตถุประสงค์การผลิต จะผลิตสินค้าเมื่อมีคำสั่งซื้อเท่านั้น ส่วนใหญ่จะซื้อวัตถุดิบจากร้านขายส่งสมุนไพรตากแห้ง ซึ่งมีวัตถุดิบสมุนไพรจำหน่ายครบถ้วนทุกอย่าง และกำหนดให้คณะกรรมการทุกคนต้องลงแรงทำงานทุกครั้งที่ทำกรผลิต ไม่มีการกำหนดแผนการผลิตจนกว่าจะมีคำสั่งซื้อ ในขั้นตอนการปฏิบัติการการผลิตประกอบด้วย อุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต การเก็บรักษา การควบคุม โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลูกประคบมาจากการซื้อจากคณะกรรมการกลุ่ม ซื้อจากสมาชิกภายในกลุ่ม ซื้อจากภายนอก ในส่วนของสมุนไพรที่ผลิตเองไม่ได้เช่น พิมเสน การบูร เกลือแกง ในขั้นตอนการผลิตนำสมุนไพรตามสัดส่วนที่กำหนดคชลูกเกล็ดารวมกันและทำเป็นลักษณะทรงกลมจับถนัดมือน้ำหนัก 200 กรัมต่อลูก การผลิตลูกประคบสมุนไพรตามคำสั่งซื้อเท่านั้น จึงไม่มีการเก็บรักษา หรือการทำสต็อกสินค้า เนื่องจากกังวลเรื่องของการอัปชันและเชื้อราที่อาจเกิดขึ้นได้ มีการควบคุมจากการสังเกตด้วยตาเปล่าถึงการปลอมปน และการปนเปื้อนจากแบคทีเรีย เชื้อรา และอื่นๆ

2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา จากการวิจัยพบว่ามี การกำหนดวัตถุประสงค์การผลิต ทุกเดือนจะต้องจำหน่ายลูกประคบให้ได้เดือนละ 1,000 ลูกขึ้นตำวางแผนจัดหาวัตถุดิบโดยปลูกตะไคร้ มะกรูด มะขาม ส้มป่อย โดยซื้อจากคณะกรรมการกลุ่มซึ่งคณะกรรมการจะนำมาขายให้วิสาหกิจชุมชนเมื่อทำการผลิตลูกประคบ ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการผลิตทุกสิ้นเดือน และซื้อจากร้านค้าส่งสมุนไพรจากภายนอกสำหรับสมุนไพรที่หายากและไม่สามารถปลูกเองได้ เช่น เถาเอ็นอ่อน เถาวัลย์เปรียง พิมเสน การบูร เกลือแกง วางแผนด้านแรงงานโดยกำหนดให้คณะกรรมการทุกคนต้องลงแรงทำงานทุกครั้งที่ทำกรผลิต กำหนดแผนการผลิต ทุกสิ้นเดือนจะทำการผลิตลูกประคบไว้เป็นสต็อก 200 ลูกขึ้นตำ ในขั้นตอนการปฏิบัติการการผลิต ประกอบด้วย อุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต การเก็บรักษา การควบคุม

ในการผลิตลูกประคบจะเน้นการแปรรูปโดยวิสาหกิจเองเป็นส่วนใหญ่ด้วยการอบและฆ่าเชื้อ ในการเก็บรักษา เก็บในสถานที่ไม่ชื้นและมีแสงแดดส่องถึง แต่ที่สำคัญคือ ไม่ทำสติกอกลินค้าไว้มากเกินไป ทั้งนี้เพื่อประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บ การควบคุมด้านปริมาณ จะใช้เครื่องชั่งเป็นตัววัด น้ำหนักลูกประคบให้ได้ขนาดลูกละ 200 กรัม และการควบคุมคุณภาพด้วยการดูแลพืชสมุนไพร ตั้งแต่กระบวนการปลูกสมุนไพร และทำการแปรรูปเอง อีกทั้งยังใช้ตู้อบฆ่าเชื้อเพื่อความมั่นใจว่าแห้งสนิทไม่มีเชื้อราหรือสิ่งแปลกปลอมอื่นเจือปน

1.3.3 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน

1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนหน้าวัดหงษ์ทอง จากการวิจัยพบว่ามีกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดอย่างชัดเจน โดยเน้นให้บริการลูกค้าคือผู้ซื้อไปใช้เอง ผู้ซื้อ ไปขายต่อ และร้านสปา/ร้านบริการนวด แต่ไม่ได้กำหนดยอดขายว่าจะต้องขายให้ได้เท่าไรต่อเดือน เพราะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อเท่านั้น ตลาดเป้าหมายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ ผู้ซื้อไปใช้เอง ผู้ที่ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ และร้านสปา/ร้านบริการนวด กลยุทธ์ทางการตลาดมุ่งเน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มพช.176/2546 และการได้รับคัดเลือกเป็นสินค้า OTOP และความลงตัวด้านบรรจุภัณฑ์ที่สะดวก ใช้ง่าย กะทัดรัด การกำหนดราคาพิจารณาจากต้นทุนเป็นหลัก เน้นการจัดจำหน่ายทางอ้อม โดยการฝากขายกับหน่วยงานราชการและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 70 ของยอดขายรวม ได้รับการอนุเคราะห์จากหน่วยงานราชการในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรทางช่องทางต่างๆ ซึ่งส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น การกำหนดแผนทางการตลาดนั้นวิสาหกิจชุมชนไม่ได้ดำเนินการเอง ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานราชการทั้งหมด ผู้รับผิดชอบหลักคือประธานและรองประธานวิสาหกิจชุมชน และคณะกรรมการ โดยตำแหน่ง วิธีการปฏิบัติคือดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้ มีการติดตามผลการปฏิบัติทางการตลาดตามแผนที่วางไว้ว่าได้ประสิทธิภาพหรือตรงตามเป้าหมายหรือไม่ หากพบข้อบกพร่องก็จะนำมาแก้ไขปรับปรุง

2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมัว จากการวิจัยพบว่ามีกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดอย่างชัดเจน โดยเน้นการพัฒนาชนิดและคุณภาพของสินค้า และกำหนดยอดขายต่อเดือนขั้นต่ำ 1,000 ลูก ตลาดเป้าหมายแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ ผู้ซื้อ ไปใช้เอง ผู้ที่ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ ร้านสปาและร้านนวด มีการวางกลยุทธ์การตลาดในการสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพและผลิตภัณฑ์ ความโดดเด่นในตราสินค้าที่ได้รับเลือกเป็นสินค้า OTOP ประจำจังหวัดนนทบุรี และเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มพช.176/2553 วางกลยุทธ์ด้านราคาจากต้นทุนและกำไรที่ต้องการ จัดจำหน่ายโดยเน้นช่องทางทางตรงร้อยละ 70 ของยอดขายรวม ส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขายในการให้ความรู้และแนะนำสินค้าแก่ลูกค้า

ประธานวิสาหกิจชุมชนจะเป็นผู้กำหนดแผนการตลาด แต่ไม่ได้ทำเป็นลายลักษณ์อักษร โดยการกำหนดแผนการตลาดจะปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ตามสถานการณ์ ไม่มีการวางแผนล่วงหน้าระยะยาว เป็นการวางแผนการตลาดแบบเฉพาะหน้าในช่วงเวลานั้น ผู้รับผิดชอบหลักคือประธานและรองประธานวิสาหกิจชุมชน และคณะกรรมการโดยตำแหน่ง วิธีการปฏิบัติคือดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้ มีการติดตามผลการปฏิบัติทางการตลาดตามแผนที่วางไว้ว่าได้ประสิทธิภาพหรือตรงตามเป้าหมายหรือไม่ หากพบข้อบกพร่องก็จะนำมาแก้ไขปรับปรุง โดยมีการควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพและปลอดภัยให้มากยิ่งขึ้น

1.3.4 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้ง

1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมชนหน้าวัดหษ์ทอง จากการวิจัยพบว่า ปัญหาการผลิตเกิดจากการขาดความรู้ในด้านการวางแผนการผลิต ขาดแคลนเงินทุนในการจัดหาอุปกรณ์ในการผลิตลูกประคบสมุนไพร ทำให้ต้องใช้แรงงานและต้นทุนที่สูงกว่าปกติ คือหากมีเครื่องบดเป็นของตัวเองก็จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างบดสมุนไพรและช่วยลดต้นทุนแรงงานลงได้ อีกทั้งอายุเฉลี่ยของสมาชิก 55 ปี มีผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตเองได้มี ราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ และอยู่นอกเหนือการควบคุม มีผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น หากขึ้นราคาก็จะส่งผลให้ผู้ซื้อหาแหล่งอื่นที่ขายถูกกว่า ทำให้สูญเสียลูกค้าได้ในอนาคต ส่วนปัญหาการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าขาดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ล้าสมัย วิธีการใช้ยุ่งยาก ผู้บริโภคไม่มีความเชื่อถือ และตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัญหาเกี่ยวกับการกระจายสินค้าและวางจำหน่ายไม่ครอบคลุม ทำให้ขาดโอกาส และมีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย พ่อค้าคนกลางมีอำนาจในการต่อรองสูง ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนเงินทุนในการส่งเสริมการตลาด ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ไม่มีการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจ เช่น การลด แลก แจก แถม ไม่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ขาดพนักงานที่มีทักษะในการสาธิตและแนะนำสินค้า

แนวทางการพัฒนาจากการวิจัยพบว่า การผลิตลูกประคบสมุนไพรไม่ค่อยพิถีพิถันมากนัก ไม่ถูกหลักสุขลักษณะ ควรมีการพัฒนาการฝึกอบรม มีกระบวนการผลิตอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกสมุนไพรแต่ละชนิด มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ตั้งแต่การอบ บด การฆ่าเชื้อ การชั่งตวงปริมาณ ตลอดจนการบรรจุหีบห่อ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งนี้หน่วยงานราชการควรสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างวิสาหกิจชุมชนทั้งสองแห่ง

2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา จากการวิจัยพบว่า

ไม่มีปัญหาทางการผลิต มีกำลังการผลิตสูง เนื่องจากได้รับการสนับสนุนด้านอุปกรณ์การผลิต ลูกประคบอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้ประหยัดเวลาและแรงงานในการผลิต แต่มีปัญหาคาดค้านการผลิตกันที่ รูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ล้าสมัย วิธีการใช้ยุ่งยาก ด้านราคา พบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนสินค้าที่สูงกว่าคู่แข่งมากเนื่องจากว่าใช้ส่วนผสมของสมุนไพรที่หายากหลายตัวเพิ่มทำให้ต้องสั่งซื้อจากภายนอก ขณะที่กำหนดราคาขายใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายอื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีปัญหาเกี่ยวกับการกระจายสินค้าและวางจำหน่ายไม่ครอบคลุม ทำให้ขาดโอกาส และมีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนเงินทุนในการส่งเสริมการตลาด มีการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ไม่มีการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจ ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่องด้านการประชาสัมพันธ์

แนวทางการพัฒนาจากการวิจัยพบว่า การผลิตลูกประคบสมุนไพรควรสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร เช่น การนำฟ้าบาคิก ผ้ามัดย้อม ผ้ามัสลิน มาห่อลูกประคบให้เกิดความหลากหลาย ทำให้สะดวกและน่าสนใจ และสามารถพัฒนาไปเป็นของที่ระลึกได้ในอนาคต แต่ทั้งนี้ก็ควรเพิ่มความรู้ให้ทางด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อปรับปรุงให้ทันสมัย สะดวกและสวยงาม และดูดีมีราคา โดยเน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เห็นสินค้าภายใน อาจเป็นการใช้กระดาษพลาสติกใสด้านหน้ากล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อโชว์สินค้าภายใน ทั้งนี้หน่วยงานราชการควรสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างวิสาหกิจชุมชนทั้งสองแห่ง

2. อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี อภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่ง

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก ไม่มีแรงงานในครอบครัวที่มาช่วยงานของวิสาหกิจชุมชน และแรงงานของคนวัยทำงานไม่ให้ความสำคัญกับการทำงานในภาคเกษตรกรรม เป็นผลให้ขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตร การที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีอายุค่อนข้างมาก ทำให้ประสิทธิภาพ คุณภาพ และปริมาณงานที่ได้อยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทางด้านการศึกษาพบว่าสมาชิกจำนวนมากมีการศึกษาอยู่ในระดับและส่วนใหญ่มีการศึกษาไม่สูงกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีผลทำให้การพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ไม่สามารถพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีได้เท่าที่ควร สรุปว่าแรงงานไทยขาดความรู้ความชำนาญ นอกจากนี้ยังมีปัญหาทางด้านความสามารถในการใช้

ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรมา ทำให้ขาดโอกาสในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ

2.2 การจัดการวิสาหกิจชุมชน

ในการจัดการวิสาหกิจชุมชน มีการวางแผนการทำงานตามคำสั่งซื้อ และมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า โดยจะมีการลงทุนเป็นรายครั้ง และแบ่งกำไรกันเป็นรายครั้ง ในด้านแรงงาน จะใช้แรงงานของคณะกรรมการในวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น ไม่มีการจ้างแรงงานจากภายนอก โดยโครงสร้างองค์กรมีการแบ่งงานตามบทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ มีการชี้้นำโดยประธานวิสาหกิจชุมชนในการเรียกประชุมเพื่อขอมติคณะกรรมการในการปรึกษาหารือด้านการจัดการ การควบคุม และติดตามผล ทำการจดบันทึกสรุปรายรับ-รายจ่ายเพื่อแบ่งผลกำไรจากการลงทุนร่วมกัน และหากสินค้าตัวใดยอดขายไม่ดีก็จะทำการยุบหรือปรับปรุงพัฒนาให้เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งนี้แม้ว่าการจัดการวิสาหกิจชุมชนของทั้งสองกลุ่มจะสอดคล้องกับหลักการจัดการในภาพรวมที่ ลัดดา พิศาลบุตร และปิยะดา พิศาลบุตร (2554) สรุปรว่ากระบวนการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การวางแผน เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารใช้เลือกและกำหนดเป้าหมาย ตลอดจนวิถีทางในการปฏิบัติงาน การจัดองค์การ คือกิจกรรมการจัดบุคคลเข้าทำงานในแผนกงานต่างๆ การชี้้นำผู้บริหารองค์การจะเป็นผู้นำในการบริหารงาน ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ การควบคุมองค์การ เป็นการควบคุมการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในองค์การให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ แต่การจัดการในบางขั้นตอนนี้ยังขาดประสิทธิภาพ อาทิ การบันทึกข้อมูลยังไม่เป็นระบบ

2.3 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง

อุปกรณ์และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง กระบวนการผลิตเพื่อแปรรูปสมุนไพรสู่ลูกประคบสมุนไพร การเก็บรักษา และการควบคุมปริมาณซังดวงวัดให้ได้ตามปริมาณที่กำหนดและการควบคุมการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง สอดคล้องกับ เฉลิมฉัตร จันทร์อินทร์ และสุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ (2553) ที่กล่าวว่า การจัดการการปฏิบัติการ เป็นการบริหารกระบวนการผลิตหรือการแปลงสภาพปัจจัยการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าและบริการตามคุณลักษณะเฉพาะ ตามปริมาณ ตามระยะเวลาและต้นทุนที่พึงประสงค์ โดยผ่านกระบวนการที่สำคัญคือการวางแผนการผลิต การดำเนินการผลิต และการควบคุมการผลิต

ลูกประคบสมุนไพรได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการในการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของลูกประคบสมุนไพร ทั้งด้านปริมาณน้ำหนักลูกประคบ การตรวจสอบคุณสมบัติทางเคมี กายภาพ การปนเปื้อนจุลินทรีย์ และโลหะหนัก ทำให้ได้คุณภาพของลูกประคบสมุนไพรแห้งที่สามารถเก็บรักษาได้นานถึง 2 ปี สอดคล้องกับ กันยารัตน์ ชลสิทธิ์ (2551)

ศึกษามาตรฐานและการควบคุมคุณภาพลูกประคบสมุนไพร พบว่าการผลิตลูกประคบสมุนไพรได้ใช้หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตในทุกขั้นตอน เมื่อนำมาตรวจสอบคุณสมบัติทางเคมี ภายภาคการปนเปื้อนจุลินทรีย์ และ โลหะหนัก รวมถึงความคงตัว ทำให้ประเมินอายุการเก็บรักษาลูกประคบได้นาน 2 ปี

ในขั้นตอนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งจำเป็นต้องตากแดดและใช้ตู้อบแห้งเพื่อใช้ความร้อนในการฆ่าเชื้อเพราะการตากแดดอย่างเดียวไม่เพียงพอ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในด้านค่าไฟสูง สอดคล้องกับ สุวรินทร์ บำรุงสุข จารุวรรณ คงคาอินทร์ และแสงมณี ชิงดวง (2553) ศึกษาวิธีการผลิตลูกประคบสมุนไพร 5 กรรมวิธี ได้แก่ การผึ่งลม การตากแดด การใช้ความร้อนด้วยไมโครเวฟ การนึ่งความดันสูง และการอบ ไม่พบเชื้อรา วิธีผึ่งลมเป็นวิธีที่ดีที่สุดเพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเรื่องค่าไฟแต่ใช้เวลานานมาก วิธีนี้จะสูญเสียน้ำมันหอมระเหยที่มีอยู่ในไพลและขมิ้นอ้อยน้อยมาก การตากแดดจะเร็วกว่าวิธีการผึ่งลม ส่วนการใช้ความร้อนด้วยไมโครเวฟจะเสียเรื่องค่าใช้จ่ายค่าไฟน้อยกว่าวิธีนึ่งความดันสูงและการอบแห้งเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าไฟค่อนข้างมากเพราะใช้เวลานาน แต่ได้ผลผลิตและปริมาณงานที่สูงกว่าวิธีอื่นๆ ซึ่งแต่ละวิธีควรใช้ให้เหมาะสมกับกำลังการผลิต

การผลิตลูกประคบในขั้นตอนการจัดรูปมัดเป็นลูกประคบจำเป็นต้องใช้แรงงานคนทำให้สูญเสียเวลาในการผลิตพอสมควร และสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุสูงวัยเป็นผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง การนำเครื่องช่วยห่อลูกประคบมาใช้จะช่วยลดระยะเวลาในขั้นตอนการผลิตนี้ได้ซึ่ง รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ (2555) ได้ศึกษาการสร้างเครื่องช่วยห่อลูกประคบสมุนไพร พบว่าการทำงานสามารถเพิ่มความเร็ว ความแข็งแรง การพันเกลียวด้ามให้มีระยะห่างระหว่างเกลียวเท่ากันทำให้ด้ามจับมีความสวยงาม และเครื่องมือนี้เหมาะกับธุรกิจชุมชนที่ต้องการการผลิตลูกประคบสมุนไพรปริมาณมาก

การผลิตลูกประคบสมุนไพรไม่ค่อยพิถีพิถันมากนัก ไม่ถูกหลักสุขลักษณะ ควรมีการพัฒนา การฝึกอบรม มีกระบวนการผลิตอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกสมุนไพรแต่ละชนิด มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ตั้งแต่การอบ บด การฆ่าเชื้อ การชั่งตวงปริมาณ ตลอดจนการบรรจุหีบห่อ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับ คำแสนประเสริฐสุข (2555) ศึกษาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มแพทย์แผนไทยตำบลนาพิน อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร ได้แก่ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ตั้งแต่การอบ บด การอบฆ่าเชื้อ การชั่งปริมาณ เพื่อให้ได้มาตรฐานและที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือบรรจุภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

2.4 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้ง

วิสาหกิจชุมชนมีการวางแผนกำหนดวัตถุประสงค์การตลาด และกำหนดตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจนคือ ผู้ซื้อไปใช้เอง ผู้ที่ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ ร้านสปาและร้านนวด กำหนดกลยุทธ์การตลาด (ส่วนประสมการตลาด) ทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดแผนปฏิบัติการทางการตลาด ผู้รับผิดชอบหลักคือประธานและรองประธานวิสาหกิจชุมชน และคณะกรรมการ โดยตำแหน่ง วิธีการปฏิบัติคือดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่วางไว้ การติดตามผลการปฏิบัติทางการตลาดตามแผนที่วางไว้ว่าได้ประสิทธิภาพหรือตรงตามเป้าหมายหรือไม่ หากบกพร่องก็จะนำมาแก้ไขปรับปรุง สอดคล้องกับ วิจารณ์ ไม่แก่นสาร (2552) กล่าวว่า กระบวนการจัดการการตลาดสินค้าเกษตรประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติการและการควบคุม โปรแกรมการตลาดที่นำมาใช้ ซึ่งเน้นการสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายและเกิดความพอใจของผู้บริโภค โดยการกำหนดราคา การสื่อสาร และการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบอกกล่าวให้เกิดการกระตุ้นและสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนั้นๆ

2.4.1 ด้านบรรจุภัณฑ์ ในสายตาของผู้ผลิตมองว่ามีสีสันและมีความดึงดูดใจ แต่ผู้บริโภคมองว่ายังดูคล้ายหมยและควรปรับปรุงให้ทันสมัยดูดีมีราคา สอดคล้องกับ ยอดหญิง ศรีอุทธา (2551) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ที่ระดับค่อนข้างสำคัญ 2 อันดับแรก คือ มีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความปลอดภัย และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง ปกป้องสินค้า

2.4.2 ด้านราคา ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลไทรม้ายมีความพอใจในคุณภาพของสินค้า ไม่ว่าจะลูกประคบจะราคาถูกละเท่าไรก็ซื้อ นั่นหมายความว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถตั้งราคาโดยใช้กลยุทธ์ราคาที่สูงกว่าคู่แข่งขึ้นได้เป็นอย่างดี เพราะผู้ซื้อมองว่าเป็นสินค้ามีคุณภาพและอยู่ในราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับ ยอดหญิง ศรีอุทธา (2551) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบ พบว่าปัจจัยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 2 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาถูกเป็นปัจจัยในการเลือกซื้อ

2.4.3 ด้านการจัดจำหน่าย นักวิชาการมองว่าลูกประคบสมุนไพรมีช่องทางการตลาดน้อย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีการวางแผนการผลิตอย่างระมัดระวัง เพราะสินค้าทดแทนสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีมากมายในท้องตลาด ซึ่งทำให้ทางเลือกของผู้บริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับ คำแสน ประเสริฐสุข (2555) ศึกษาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรของกลุ่มแพทย์แผนไทย ตำบลนาพิน อำเภอ

ตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าช่องทางการตลาดมีน้อย ตลาดแคบ เพราะการดูแลรักษา
สุขภาพของประชาชนในปัจจุบันมีทางเลือกหลากหลายวิธี

2.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัญหาเกี่ยวกับการขาดแคลนเงินทุนในการ
ส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ไม่มีการส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจ เช่น การลด แลก
แจก แจก ไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ขาดพนักงานที่มีทักษะในการสาธิตและ
แนะนำสินค้า สอดคล้องกับ ยอดหญิง ศรีอุทธา (2551) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อการ
ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบ พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ การบริการของพนักงานขาย การให้ส่วนลดพิเศษ และการโฆษณาผ่าน
สื่อต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่าการตลาดทั้งใน
และนอกประเทศมีความต้องการลูกประคบสมุนไพรมากขึ้น แต่มาตรฐานลูกประคบสมุนไพรที่ภาครัฐ
กำหนดนั้นไม่เป็นที่ยอมรับในตลาดส่งออก การขยายการผลิตต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก การระดม
ทุนจากสมาชิกอย่างเดียวนั้นอาจไม่เพียงพอ การใช้บุคลากรที่ไม่มี ความชำนาญมากพอในการผลิต
ทำให้งานไม่ประณีต สินค้าไม่ได้มาตรฐานที่สม่ำเสมอ อายุของสมาชิกที่ค่อนข้างสูง ทำให้ประสิทธิภาพ
ในการทำงานน้อยลง สมาชิกกลุ่มขาดความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการ
ทำงาน สอดคล้องกับ รัตนภรณ์ แซ่ลี (2548) ทำการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพตลาดส่งออกลูกประคบ
สมุนไพรของไทยสู่ตลาดญี่ปุ่น แคนาดา และออสเตรเลีย จากการศึกษาสรุปได้ว่า

1) ภาวะตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรมีแนวโน้มขยายตัว
เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปัจจัยกระแสรักสุขภาพ กระแสคืนสู่ธรรมชาติและการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อ
การบำบัด อีกทั้งสถานบริการสปาได้รับความนิยมมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2) การผลิตผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรของผู้ประกอบการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการผลิตในรูปแบบครัวเรือนหรือการรวมกลุ่มแม่บ้านเป็นส่วนมาก ทำให้
มาตรฐานการผลิตยังไม่ดีนัก ซึ่งอุปสรรคที่สำคัญในการผลิตคือการขาดแคลนเครื่องจักรที่มี
ประสิทธิภาพ เช่น เครื่องอบ เครื่องสับ เครื่องบด เป็นต้น สำหรับการส่งออกนั้นพบว่า ผู้ประกอบการ
ที่ทำการส่งออกส่วนมากทำการขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมักไม่ได้ประโยชน์จากการส่งออก
มากนัก จึงควรมีการพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถทำการส่งออกได้เอง ปัญหา
ที่สำคัญในการส่งออกคือกฎระเบียบที่ค่อนข้างเข้มงวดและเงินทุนในการดำเนินกิจการ

3) ผู้ประกอบการที่ไม่ได้ทำการส่งออกมีศักยภาพสูงในด้านการผลิตและ
ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ แต่ศักยภาพในด้านการตลาดค่อนข้างต่ำ เนื่องจากไม่เข้าใจด้าน
การตลาดอย่างแท้จริง อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องเงินทุน ซึ่งแม้ว่าจะมีศักยภาพทางด้านอื่นแต่เมื่อขาด

ศักยภาพทางการเงินก็ทำให้แผนการที่วางไว้หยุดชะงัก แต่สำหรับผู้ที่ทำกาส่งออกก่อนข้างจะมีศักยภาพสูงเกือบทุกด้าน แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องเงินทุนเช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการที่ยังไม่มีการส่งออก ซึ่งผู้ประกอบการในโครงการสามารถพัฒนาศักยภาพได้มากขึ้น หากมีการส่งเสริมที่จริงจังจากรัฐ

4) พบว่าความต้องการในตลาดเป้าหมายทั้ง 3 ประเทศเพิ่มมากขึ้น จึงได้มีการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่นำเสนอขึ้นมีสาระสำคัญในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาตลาดส่งออกลูกประคบสมุนไพรของไทย เพื่อให้สามารถขยายตลาดและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

3. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี มีข้อเสนอแนะดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 สำหรับผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง

1) ควรนำลูกประคบสมุนไพรไปใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น คือ นอกจากจะประคบแก้ปวดเมื่อยแล้ว ควรเปิดกลุ่มตลาดใหม่กับสตรีหลังคลอดบุตรในการอยู่ไฟ ทำเป็นลูกประคบดับกลิ่นอับในลักษณะของที่ระลึก ของชำร่วย จัดทำลูกประคบสำหรับประคบหน้าเพื่อความงาม ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มยอดขายและเปิดตลาดใหม่ ขยายตลาดให้กว้างขึ้น

2) ควรนำลูกประคบสมุนไพรมาพัฒนาในด้านของการบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบที่สวยงามน่าใช้ เพื่อตอบสนองค่านิยมและทัศนคติของผู้บริโภค เช่น การนำผ้าบาติก ผ้ามัดย้อมที่มีลวดลายสีสันดึงดูดใจมาเป็นผ้าที่ใช้ห่อลูกประคบสมุนไพรแทนผ้าดิบขาว เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ

3) สนับสนุนให้คนในพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพร เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน

3.1.2 สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

1) ภาครัฐควรช่วยสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ วางแผนการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านภาครัฐ

2) ภาครัฐควรสนับสนุนประชาสัมพันธ์ สร้างจิตสำนึกให้ปลูกพืชสมุนไพรเพื่อใช้ในครัวเรือน

3) กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควรส่งเสริมและ

เร่งขยายพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรอย่างเป็นรูปธรรม และขยายพันธุ์พืชสมุนไพรที่หายากหรือใกล้สูญพันธุ์เพื่อกระจายให้ประชาชนหรือผู้ผลิตร่วมกันปลูก

4) หน่วยงานราชการควรเป็นตัวกลางในการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ระหว่างวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพร

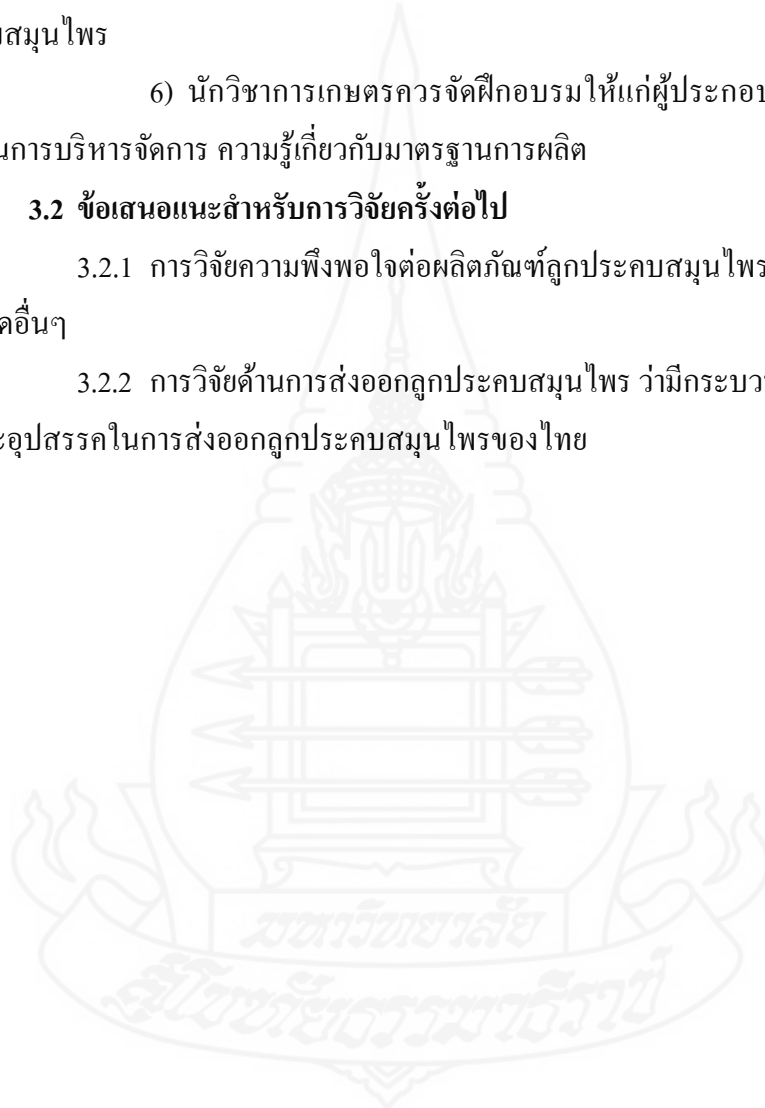
5) หน่วยงานราชการควรจัดการศึกษาดูงานให้แก่วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพร

6) นักวิชาการเกษตรควรจัดฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการด้านต่างๆ อาทิ ความรู้ด้านการบริหารจัดการ ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการผลิต

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 การวิจัยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรในจังหวัดนนทบุรี และจังหวัดอื่นๆ

3.2.2 การวิจัยด้านการส่งออกลูกประคบสมุนไพร ว่ามีกระบวนการส่งออกอย่างไร ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกลูกประคบสมุนไพรของไทย





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กาญจนา นิ่มสุนทร (2552) “การพัฒนาลูกประคบสมุนไพรแบบกึ่งสด”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ การพยาบาลชุมชน
 วิทยาลัยเทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุข กาญจนาภิเษก
- กระทรวงอุตสาหกรรม (2555) “โอกาสและผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทยจากการเข้าสู่ประชาคม
 เศรษฐกิจอาเซียน” คืบคืบวันที่ 18 เมษายน 2557 จาก
http://www.med.cmu.ac.th/library/asean-web/asean-pillars/Thai_Industry_and_AEC.pdf
- กรมสรรพากร (2557) “คู่มือภาษีวิสาหกิจชุมชน” คืบคืบวันที่ 23 พฤษภาคม 2557 จาก
http://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/porkor/taxused/community.pdf
- กรมส่งเสริมการเกษตร (2554) ขั้นตอนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง คืบคืบวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2557
 จาก <http://www.servicelink.doae.go.th/webpage/book%20PDF/herb/h012.pdf>
- กันยรัตน์ ชลสิทธิ์ (2551) “มาตรฐานและการควบคุมคุณภาพลูกประคบสมุนไพรล้านนา”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์เภสัชกรรม
 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 9 กระทรวงสาธารณสุข (2544)
 แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9
 พ.ศ.2545-2549 /คณะกรรมการอำนวยการจัดทำแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 9
 กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์
- คำแสน ประเสริฐสุข (2555) “การผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพร : กรณีศึกษากลุ่มแพทย์
 แผนไทยตำบลดอนนาพิน อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- เฉลิมฉัตร จันทน์อินทร์ และสุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ (2553) “การจัดการธุรกิจการเกษตรด้านการ
 ปฏิบัติการ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการธุรกิจการเกษตร* หน่วยที่ 7 หน้า 6
 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์
- ชัยยศ สันตวิทย์ และ นิตยา เจริญประเสริฐ (2546) *การบริหารระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์*
 ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- ทวีศักดิ์ คิ้วทอง (2552) “เอกสารการฝึกอาชีพ ในงานวันสถาปนา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ครบรอบ 117 ปี” วารสารส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร 39,218
(มิถุนายน): 1
- นงนุช อังยุริกุล (2555) “สภาพแวดล้อมการตลาดสินค้าเกษตร” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา
การตลาดสินค้าเกษตรกับเศรษฐกิจของไทย หน่วยที่ 4 หน้า 2-21 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ปภาวดี มนต์วีวัฒน์ (2551) “การจัดการทรัพยากรเกษตร” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาหลักการจัดการ
ทรัพยากรเกษตร* หน่วยที่ 2 หน้า 6 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์
- ประกาศรี พงศ์ชนาพานิช (2555) “แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการผลิต” ใน *ประมวลสาระ
ชุดวิชาการจัดการการเงิน การตลาด และการผลิต* หน่วยที่ 12 หน้า 4-6 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ตามพระราชบัญญัติ
คุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 ในราชกิจจานุเบกษา
เล่มที่ 116 ตอนที่ 120 ก ลงวันที่ 29 พฤศจิกายน 2542
- ประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ พ.ศ. 2556 ในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 130
ตอนพิเศษ 126 ง หน้า 11 ลงวันที่ 30 กันยายน 2556
- ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548
ในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 122 ตอนที่ 6 ก ลงวันที่ 18 มกราคม 2548
- ประกาศสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ฉบับที่ 1628 พ.ศ. 2553 เรื่องยกเลิกและกำหนด
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร ลงวันที่ 30 กันยายน 2553
- เพ็ญภา ทวีทรัพย์เจริญ (2540) *การแพทย์แผนไทย: สายใยแห่งชีวิตและวัฒนธรรม* หน้า 50
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก อ่างถึงใน มุกดา ดันชัย (2547)
“ภูมิปัญญาไทยกับการผดุงครรภ์” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาธรรมานามัย* หน่วยที่ 10
หน้า 343 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
- เพ็ญภา ทวีทรัพย์เจริญ (2540) *การแพทย์แผนไทย: สายใยแห่งชีวิตและวัฒนธรรม*
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก
- มติคณะรัฐมนตรี, แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร คั่นคืนวันที่ 19
กุมภาพันธ์ 2557 จาก <http://www.ryt9.com/s/cabt/143178>

- มุกดา ตันชัย และอภิชาติ ลิมต๊ะโยชิน (2547) “วิทยาศาสตร์ในการนวดและการประคบ” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาวิทยาศาสตร์ในการแพทย์แผนไทย* หน่วยที่ 14 หน้า 181-183
 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
- ยอดหญิง ศรีอุทธา (2551) “ทัศนคติของผู้บริโภคร่วมบรรจุภัณฑ์ลูกประคบบรรจุปลายข้าวเจ้า”
 การศึกษาอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์ความงามและ
 สุขภาพ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ (2555) การสร้างเครื่องช่วยห่อลูกประคบสมุนไพร: การสังเคราะห์ความรู้
 จากงานวิจัย, 1-4
- รัตนภรณ์ แซ่ลี (2548) “การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพตลาดส่งออกลูกประคบสมุนไพรของไทย
 ตลาดญี่ปุ่น แคนาดา และออสเตรเลีย” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ลัดดา พิศาลบุตร และปิยะดา พิศาลบุตร (2554) “แนวทางการจัดการผลิตผลและการแปรรูป
 ผลิตผลเกษตร” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตผลและการแปรรูป
 ผลิตผลเกษตร* หน่วยที่ 1 หน้า 6 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
 สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์
- วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร (2552) “การจัดการการตลาดสินค้าเกษตร” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา
 การจัดการการตลาดสินค้าเกษตร* หน่วยที่ 1 หน้า 58-60 นนทบุรี
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์
- สิกันต์ วิสุทธิโก (2554) “การพัฒนาเซรามิกเพื่อใช้เป็นลูกประคบสมุนไพร”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอางค์
 มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (2548)
 สมุนไพรไทยก้าวไกลสู่สากล หน้า ค, 85-88, 131-132 กรุงเทพมหานคร
 โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์
- _____. (2546) *การแพทย์แผนไทยกับการดูแลสุขภาพ* หน้า 30-34 พิมพ์ครั้งที่ 3
 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก
- สุดารัตน์ หอมหวล (2555) การดูแลสุขภาพแบบไทย ด้วยลูกประคบสมุนไพร บทความเผยแพร่
 ในเว็บไซต์ คณะเภสัชศาสตร์ คืบค้นวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2557 จาก
<http://www.phargarden.com/attachments/article-20131106100705.pdf>

สุวรรณทร์ บำรุงสุข จารุวรรณ คงคาอินทร์ และแสงมณี ชิงดวง (2553) *วารสารวิทยาศาสตร์เกษตร*
41, 2 (พิเศษ) (พฤษภาคม-สิงหาคม): 649-652

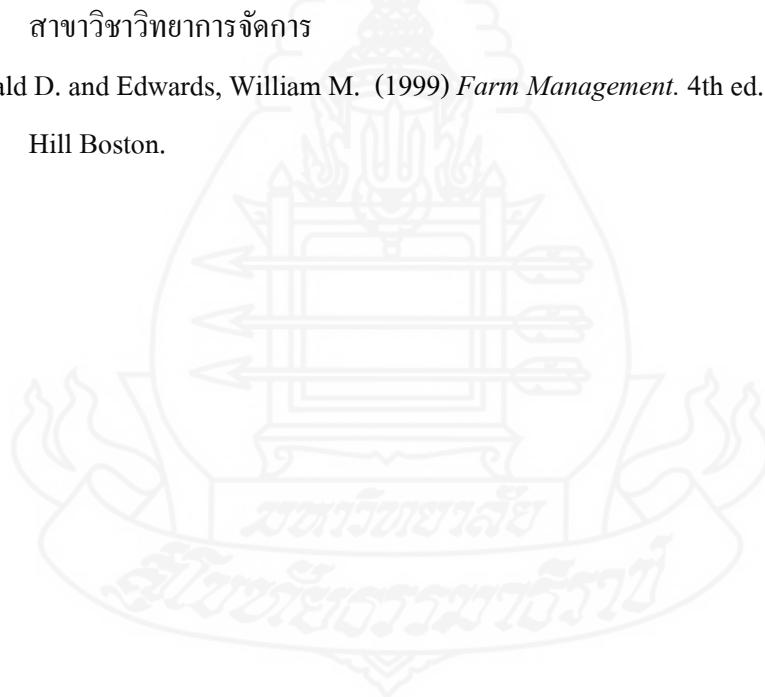
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2546) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
“ลูกประคบสมุนไพร” (มพช.176/2546) กรุงเทพมหานคร ไทยเจริญการพิมพ์

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) *วิสาหกิจชุมชน* คืบค้นวันที่ 26
มิถุนายน 2556 จาก <http://smce.doae.go.th/smce1/index.php?result=5#top>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (2555) ปัญหาผู้สูงอายุในสังคมไทย คืบค้นวันที่ 18 เมษายน 2557
จาก http://chinanang912.blogspot.com/2012_06_01_archive.html

สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (2555)
คู่มือที่ 18 การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพร กรุงเทพมหานคร มูฟเม้นท์ เจน ทรี
อดิลล่า พงศ์ยี่หล้า (2555) “สภาพแวดล้อมทางการตลาด” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการ
การตลาด* หน่วยที่ 4 หน้า 4-36 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

Kay, Ronald D. and Edwards, William M. (1999) *Farm Management*. 4th ed. WCB/ McGraw-
Hill Boston.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

บัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ.2556

ประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ

เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติ

พ.ศ. ๒๕๕๖

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๘ (๔) แห่งระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้กำหนดให้คณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำบัญชียาหลักแห่งชาติ เพื่อให้บัญชียาหลักแห่งชาติมีการปรับปรุงแก้ไข ตามสภาพของปัญหาสุขภาพ วิทยาการ และข้อมูลเกี่ยวกับยาที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องทันสถานการณ์

คณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ จึงออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ให้ยกเลิก

(๑) ประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๕ ลงวันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๕๕

(๒) ประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๕ ลงวันที่ ๒๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๕

ข้อ ๒ ให้ใช้รายการยาในบัญชีแนบท้ายประกาศฉบับนี้เป็นยาในบัญชียาหลักแห่งชาติ ทั้งนี้ ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๗ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๖

พงศ์เทพ เทพกาญจนา

รองนายกรัฐมนตรี

ประธานกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ

รายการบัญชียาหลักแห่งชาติ

ท้ายประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๖ รายการบัญชียาหลักแห่งชาติ ประกอบด้วย

- (๑) บัญชียาสำหรับโรงพยาบาลและสถานบริการสาธารณสุข
(๒) บัญชียาจากสมุนไพร

“บัญชียาสำหรับโรงพยาบาลและสถานบริการสาธารณสุข” หมายความว่า รายการยาแผนปัจจุบันสำหรับใช้ใน โรงพยาบาลและสถานบริการสาธารณสุข ตามภาคผนวก ๑ ซึ่งประกอบด้วยบัญชีย่อย ๕ บัญชี ได้แก่ บัญชี ก บัญชี ข บัญชี ค บัญชี ง และบัญชี จ รวมทั้งรายการยาเภสัชตำรับ โรงพยาบาล ตามภาคผนวก ๒

บัญชี ก หมายความว่า รายการยามาตรฐานที่ใช้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสุขภาพที่พบบ่อย มีหลักฐานชัดเจนที่สนับสนุนการใช้ มีประสิทธิผลการใช้ในประเทศไทยอย่างพอเพียง และเป็นยาที่ควรได้รับการเลือกใช้เป็นอันดับแรกตามข้อบ่งใช้ของยานั้น

บัญชี ข หมายความว่า รายการยาที่ใช้สำหรับข้อบ่งใช้หรือโรคบางชนิดที่ใช้ยาในบัญชี ก ไม่ได้ หรือไม่ได้ผล หรือใช้เป็นยาแทนยาในบัญชี ก ตามความจำเป็น

บัญชี ค หมายความว่า รายการยาที่ต้องใช้ในโรคเฉพาะทาง โดยผู้ชำนาญ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้ชำนาญการของสถานพยาบาลนั้นๆ โดยมีมาตรการกำกับการใช้ ซึ่งสถานพยาบาลที่ใช้จะต้องมีความพร้อม ตั้งแต่การวินิจฉัยจนถึงการติดตามผลการรักษา เนื่องจากยากุ่มนี้ เป็นยาที่ถ้าใช้ไม่ถูกต้อง อาจเกิดพิษหรือเป็นอันตรายต่อผู้ป่วยหรือเป็นสาเหตุให้เกิดเชื้อดื้อยาได้ง่าย หรือเป็นยาที่มีแนวโน้มในการใช้ไม่ตรงตามข้อบ่งใช้หรือไม่คุ้มค่าหรือมีการนำไปใช้ในทางที่ผิด หรือมีหลักฐานสนับสนุนการใช้ที่จำกัด หรือมีประสิทธิผลการใช้ในประเทศไทยอย่างจำกัด หรือมีราคาแพงกว่ายาอื่นในกลุ่มเดียวกัน

บัญชี ง หมายความว่า รายการยาที่มีหลายข้อบ่งใช้ แต่มีความเหมาะสมที่จะใช้เพียงบางข้อบ่งใช้ หรือมีแนวโน้มจะมีการสั่งใช้ยาไม่ถูกต้อง หรือเป็นรายการยาที่มีราคาแพง จึงเป็นกลุ่มยาที่มีความจำเป็นต้องมีกระบวนการขออนุมัติและเงื่อนไขการสั่งใช้ยา การใช้บัญชียาหลักแห่งชาติไปอ้างอิงในการเบิกจ่ายควรนำข้อบ่งใช้และเงื่อนไขการสั่งใช้ไปประกอบในการพิจารณาอนุมัติการเบิกจ่ายจึงจะก่อประโยชน์สูงสุด

ทั้งนี้ยาในบัญชี ง จำเป็นต้องใช้สำหรับผู้ป่วยบางราย แต่อาจทำให้เกิดอันตรายต่อผู้ป่วยหรือก่อปัญหาเชื้อดื้อยาที่ร้ายแรง การสั่งใช้ยาซึ่งต้องให้สมเหตุผลเกิดความคุ้มค่าสมประโยชน์จะต้องอาศัยการตรวจวินิจฉัยและพิจารณาโดยผู้ชำนาญเฉพาะโรคที่ได้รับการฝึกอบรม

ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากสถานฝึกอบรม หรือได้รับวุฒิปัตร หรือหนังสืออนุมัติจากแพทยสภา หรือทันตแพทยสภาเท่านั้น และโรงพยาบาลจะต้องมีระบบการกำกับประเมินและตรวจสอบการใช้ยา (Drug Utilization Evaluation, DUE) โดยต้องมีการเก็บข้อมูลการใช้ยาเหล่านั้นเพื่อตรวจสอบในอนาคตได้

บัญชี จ หมายความว่า

บัญชี จ(๑) รายการยาสำหรับ โครงการพิเศษของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานของรัฐ ที่มีการกำหนดวิธีการใช้และการติดตามประเมินการใช้ยาตามโครงการ โดยมีหน่วยงานนั้นรับผิดชอบ และมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการพัฒนาบัญชียาหลักแห่งชาติเป็นระยะตามความเหมาะสม เพื่อพิจารณาจัดเข้าประเภทของบัญชียาอื่นในบัญชียาหลักต่อไปเมื่อมีข้อมูลเพียงพอ

บัญชี จ(๒) รายการยาสำหรับผู้ป่วยที่มีความจำเป็นเฉพาะ ให้เข้าถึงยาได้อย่างสมเหตุสมผล และคุ้มค่า ซึ่งมีการจัดกลไกกลางเป็นพิเศษในกำกับการใช้ยาภายใต้ความรับผิดชอบร่วมกันของระบบประกันสุขภาพ ซึ่งดูแลโดย กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีแนวทางกำกับการใช้ยาตามภาคผนวก ๓

“รายการยาสำหรับผู้ป่วยที่มีความจำเป็นเฉพาะ” ตามบัญชี จ(๒) หมายความว่า ยาที่จำเป็นต้องใช้สำหรับผู้ป่วยเฉพาะราย โดยยามีความเหมาะสมที่จะใช้เพียงบางข้อบ่งใช้ หรือมีแนวโน้มจะมีการสั่งใช้ยาไม่ถูกต้อง หรือ เป็นยาที่ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญเฉพาะโรค หรือใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และ เป็นยาที่มีราคาแพงมาก หรือส่งผลอย่างมากต่อความสามารถในการจ่ายทิ้งของสังคมและผู้ป่วย จึงต้องมีระบบกำกับและอนุมัติการสั่งใช้ยา (authorized system) ที่เหมาะสม โดยหน่วยงานสิทธิประโยชน์หรือหน่วยงานกลางที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นไปตามข้อบ่งใช้และเงื่อนไขการสั่งใช้ยา จึงจะก่อประโยชน์สูงสุด โรงพยาบาลจะต้องมีระบบการกำกับประเมินและตรวจสอบการใช้ยา และมีเก็บข้อมูลการใช้ยาเหล่านั้น เพื่อให้ตรวจสอบโดยกลไกกลางในอนาคตได้

“บัญชียาจากสมุนไพร” หมายความว่า รายการยาจากสมุนไพรที่เป็นยาแผนไทยหรือยาแผนโบราณ และยาพัฒนาจากสมุนไพร ซึ่งมีตัวยานในสูตรตำรับ และรายละเอียดตามภาคผนวก ๔ โดยมีรายการยาจากสมุนไพรที่แนบรายการเภสัชตำรับ โรงพยาบาลรวมอยู่แล้ว “เภสัชตำรับโรงพยาบาล” หมายความว่า รายการยาที่โรงพยาบาลสามารถผลิตขึ้นใช้ภายในโรงพยาบาลตามเภสัชตำรับของโรงพยาบาล หรือตามที่ระบุในภาคผนวก ๒ หรือยาจากสมุนไพรที่ปรากฏรวมอยู่ในบัญชียาจากสมุนไพรด้วย

ภาคผนวก 5

รายละเอียดรายการยาตามบัญชียาจากสมุนไพร กลุ่มที่ 1 ยาแผนไทยหรือยาแผนโบราณ 50 รายการ

1.7.2 ยาสำหรับใช้ภายนอก

ยาประคบ ยาประคบสมุนไพรสด (รพ.) ยาประคบสมุนไพรแห้ง (รพ.)

สูตรตำรับ ในยา 130 กรัม ประกอบด้วย

1. เหง้าไพล 50 กรัม ใบมะขาม 30 กรัม ผิวมะกรูด 20 กรัม เหง้าขมิ้นชัน 10 กรัม
ตะไคร้ (ลำต้น) 10 กรัม ใบส้มป่อย 10 กรัม
2. เกลือเม็ด 1 ซ่อนโต๊ะ การบูร 2 ซ่อนโต๊ะ

ข้อบ่งใช้ ประคบเพื่อลดอาการปวด ช่วยคลายกล้ามเนื้อ เอ็น และข้อ

ขนาดและวิธีใช้ นำยาประคบไปนึ่ง แล้วใช้ประคบ ขณะยังอุ่น วันละ 1 - 2 ครั้ง

ลูกประคบ 1 ลูกสามารถใช้ได้ 3 - 4 ครั้ง โดยหลังจากใช้แล้วผึ่งให้แห้ง ก่อนนำไปแช่ตู้เย็น

ข้อห้ามใช้ - ห้ามประคบบริเวณที่มีบาดแผล

- ห้ามประคบเมื่อเกิดการอักเสบเฉียบพลัน เช่น ข้อเท้าแพลง หรือมีอาการอักเสบ บวม แดง ร้อน ในช่วง 24 ชั่วโมงแรก เนื่องจากจะทำให้มีอาการอักเสบบวมมากขึ้นและอาจมีเลือดออกมากตามมาได้ โดยควรประคบหลังเกิดอาการ 24 ชั่วโมง

ข้อควรระวัง - ไม่ควรใช้ลูกประคบที่ร้อนเกินไป โดยเฉพาะบริเวณผิวหนังที่เคยเป็นแผลมาก่อน หรือบริเวณที่มีกระดูกยื่น และต้องระวังเป็นพิเศษในผู้ป่วยโรคเบาหวาน อัมพาต เด็ก และผู้สูงอายุ เพราะมักมีความรู้สึกในการรับรู้และตอบสนองช้า อาจทำให้ผิวหนังไหม้พองได้ง่าย

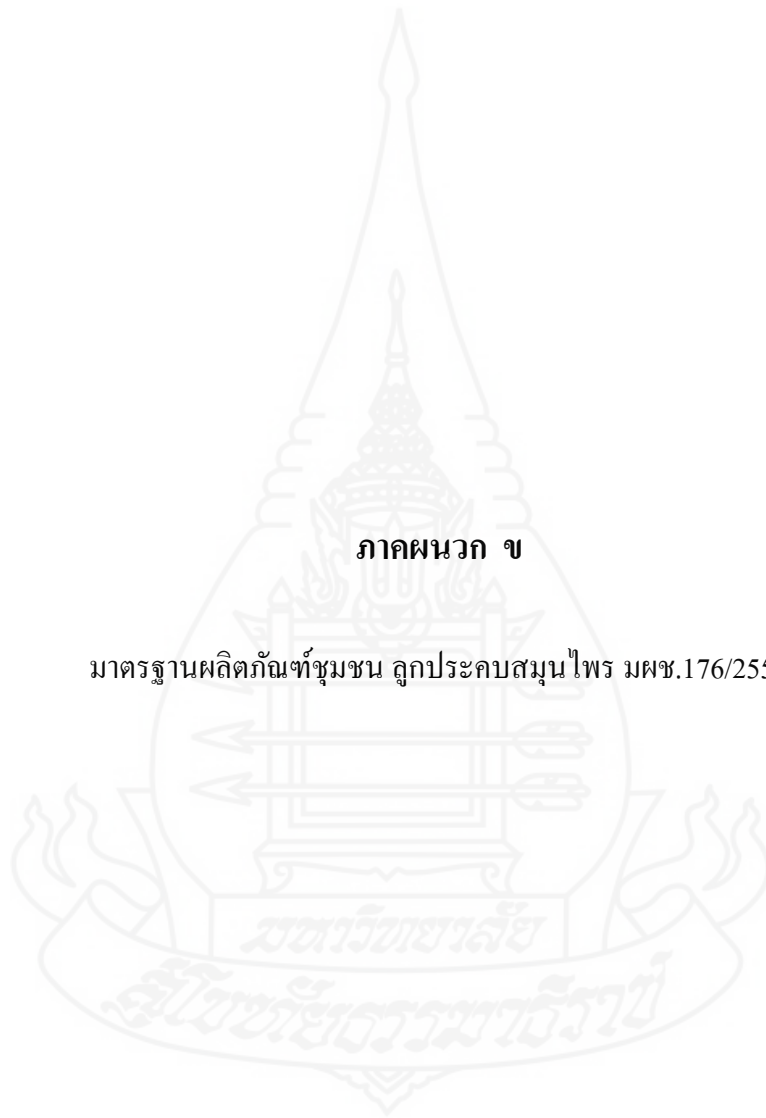
- หลังจากประคบสมุนไพรเสร็จใหม่ ๆ ไม่ควรอาบน้ำทันที เพราะเป็นการล้างตัวยาจากผิวหนัง และร่างกายยังไม่สามารถปรับตัวได้ทัน (จากร้อนเป็นเย็นทันทีทันใด) อาจทำให้เป็นไข้ได้ - ควรระวังการใช้กับผู้ที่มีแพ้ส่วนประกอบของยาประคบ

อาการไม่พึงประสงค์ -

- ข้อมูลเพิ่มเติม**
- 1) ยาประคบสมุนไพรสด ผลิตจากสมุนไพรสด (เก็บได้ประมาณ 3 วัน) น้ำหนักไม่น้อยกว่า ลูกละ 400 กรัม
 - 2) ยาประคบสมุนไพรแห้ง ผลิตจากสมุนไพรแห้ง (เก็บได้ประมาณ 2 ปี) น้ำหนักไม่น้อยกว่าลูกละ 200 กรัม

ภาคผนวก ข

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร มพช.176/2553



ประกาศสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
ฉบับที่ ๑๖๒๘ (พ.ศ. ๒๕๕๓)
เรื่อง ยกเลิกและกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
ลูกประคบสมุนไพร

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร มาตรฐานเลขที่ มผช.๑๓๖/๒๕๔๖ และคณะอนุกรรมการพิจารณามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน คณะที่ ๑ มีมติในการประชุม ครั้งที่ ๑๕-๓/๒๕๕๓ เมื่อวันที่ ๑๔ กันยายน พ.ศ.๒๕๕๓ ให้ยกเลิก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และกำหนด มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร ขึ้นใหม่

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจึงออกประกาศยกเลิกประกาศสำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ฉบับที่ ๑๓๖ (พ.ศ.๒๕๔๖) ลงวันที่ ๒๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๖ และออกประกาศกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ลูกประคบสมุนไพร มาตรฐานเลขที่ มผช. ๑๓๖/๒๕๕๓ ขึ้นใหม่ ดังมีรายการละเอียดต่อท้ายประกาศนี้

ทั้งนี้ ให้มีผลบังคับใช้นับแต่วันที่ประกาศ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๓

นางรัตนาภรณ์ จิ่งสงวนสิทธิ์

เลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
ลูกประคบสมุนไพร

๑. ขอบข่าย

๑.๑ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ครอบคลุมเฉพาะลูกประคบที่ทำจากสมุนไพรที่ได้จากพืชและแร่ธาตุที่ทำให้แห้งแล้ว ไม่ครอบคลุมถึงลูกประคบสมุนไพรสำหรับหน้าและลูกประคบสมุนไพรสเตอริไลซ์ที่ได้ประกาศเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้ว

๒. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ มีดังต่อไปนี้

๒.๑ ลูกประคบสมุนไพร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำสมุนไพรหลายชนิด มาผ่านกระบวนการทำความสะอาดแล้ว นำมาหั่นหรือสับให้เป็นชิ้นตามขนาดที่ต้องการ ทำให้แห้ง แล้วนำมาห่อหรือบรรจุรวมกันในผ้าให้ได้รูปทรงตามต้องการ สำหรับใช้นาบหรือกดประคบตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย เพื่อให้ผ่อนคลายโดยก่อนใช้ต้องนำมาพรมน้ำ แล้วทำให้ร้อนด้วยการนั่งหรือใส่ในเตาไมโครเวฟ

๓. คุณลักษณะที่ต้องการ

๓.๑ ลักษณะทั่วไป

ต้องหุ้มห่อให้เรียบร้อย ชิ้นส่วนภายในไม่หลุดร่วงออกมารวดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

๓.๒ ผ้าห่อสมุนไพร

ต้องเป็นผ้าฝ้ายหรือผ้าดิบ ที่มีเนื้อผ้าแน่นพอที่จะป้องกันไม่ให้สมุนไพรหลุดร่วงออกมารวดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

๓.๓ สมุนไพร

ต้องเป็นชิ้นเล็ก แห้ง ไม่มีราปรากฏให้เห็น มีกลิ่นของสมุนไพรที่ใช้และไม่มีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กลิ่นอับ กลิ่นหืน การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

๓.๔ สิ่งแปลกปลอม

ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ดิน ทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือสิ่งปฏิกูลจากสัตว์การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

๓.๕ ความชื้นและสารที่ระเหยได้ ต้องไม่เกินร้อยละ ๑๔ โดยน้ำหนักการทดสอบให้ปฏิบัติตาม AOAC หรือวิธีทดสอบอื่นที่เทียบเท่า

๓.๖ จุลินทรีย์

๓.๖.๑ แบคทีเรียที่เจริญเติบโตโดยใช้อากาศ ต้องไม่เกิน 5×10^7 โคโลนีต่อตัวอย่าง ๑ กรัม

๓.๖.๒ ยีสต์และรา ต้องไม่เกิน 5×10^4 โคโลนีต่อตัวอย่าง ๑ กรัม

การทดสอบให้ปฏิบัติตาม ISO หรือ BAM (U.S.FDA) หรือ USP หรือวิธีทดสอบอื่นที่เทียบเท่า

๔. สุขลักษณะ

๔.๑ สุขลักษณะในการทำลูกประคบสมุนไพร ให้เป็นไปตามภาคผนวก ก.

๕. การบรรจุ

๕.๑ ให้บรรจุลูกประคบสมุนไพรในภาชนะบรรจุที่เหมาะสม สะอาด ปิดได้สนิท สามารถป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอก และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับลูกประคบสมุนไพรได้ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

๕.๒ น้ำหนักสุทธิและจำนวนลูกประคบสมุนไพรแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลากการทดสอบให้ใช้เครื่องชั่งที่เหมาะสมและวิธีนับ

๖. เครื่องหมายและฉลาก

๖.๑ ที่ฉลากหรือภาชนะบรรจุลูกประคบสมุนไพรทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

(๑) ชื่อผลิตภัณฑ์ (ตามชื่อ มพช.) อาจตามด้วยชื่อเรียกผลิตภัณฑ์

(๒) ส่วนประกอบที่สำคัญ

(๓) น้ำหนักสุทธิ เป็นกรัม และจำนวนที่บรรจุ

(๔) เดือน ปี ที่ทำ

(๕) ข้อเสนอแนะในการใช้ การเก็บรักษา เช่น สามารถใช้กับเตาไมโครเวฟ

(๖) คำเตือน เช่น ห้ามใช้ในผู้ที่มีบาดแผลเปิด อย่าใช้อุณหภูมิสูงในผู้ป่วยที่เป็นอัมพฤกษ์ อัมพาต

(๗) ชื่อผู้ทำหรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน

ในกรณีใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

๗. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

๗.๑ รุ่ง ในที่นี้ หมายถึง ลูกประกอบสมุนไพรที่มีส่วนประกอบเดียวกัน ที่ทำหรือส่งมอบหรือซื้อขายในระยะเวลาเดียวกัน

๗.๒ การชักตัวอย่างและการยอมรับ ให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี้

๗.๒.๑ การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบลักษณะทั่วไป ผ้ำห่อสมุนไพร สมุนไพร สิ่งแปลกปลอม การบรรจุ และเครื่องหมายและฉลาก ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่งเดียวกัน จำนวน ๓ หน่วยภาชนะ บรรจุ เมื่อตรวจสอบแล้วทุกตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ ๓.๑ ถึงข้อ ๓.๔ ข้อ ๕. และข้อ ๖. จึงจะถือว่าลูกประกอบสมุนไพรรุ่งนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

๗.๒.๒ การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบความชื้นและสารที่ระเหยได้ ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่งเดียวกัน จำนวน ๓ หน่วยภาชนะบรรจุ เพื่อทำเป็นตัวอย่างรวม โดยมีน้ำหนักรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ กรัม กรณีตัวอย่างไม่พอให้ชักตัวอย่างเพิ่มโดยวิธีสุ่มจากรุ่งเดียวกัน ให้ได้ตัวอย่างที่มีน้ำหนักตามที่กำหนด เมื่อตรวจสอบแล้วตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ ๓.๕ จึงจะถือว่าลูกประกอบสมุนไพรรุ่งนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

๗.๒.๓ การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบจุลินทรีย์ ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่งเดียวกันจำนวน ๓ หน่วยภาชนะบรรจุ เพื่อทำเป็นตัวอย่างรวม โดยมีน้ำหนักรวมไม่น้อยกว่า ๑๐๐ กรัม

กรณีตัวอย่างไม่พอให้ชักตัวอย่างเพิ่มโดยวิธีสุ่มจากรุ่งเดียวกันให้ได้ตัวอย่างที่มีน้ำหนักตามที่กำหนด เมื่อตรวจสอบแล้วตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ ๓.๖ จึงจะถือว่าลูกประกอบสมุนไพรรุ่งนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

๗.๓ เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างลูกประกอบสมุนไพรต้องเป็นไปตามข้อ ๗.๒.๑ ข้อ ๗.๒.๒ และข้อ ๗.๒.๓ ทุกข้อ จึงจะถือว่าลูกประกอบสมุนไพรรุ่งนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้

ภาคผนวก ก.

สัญลักษณ์

(ข้อ ๔.๑)

ก.๑ สถานที่ตั้งและอาคารที่ทำ

ก.๑.๑ สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียง อยู่ในที่ที่จะไม่ทำให้เกิดการปนเปื้อนได้ง่าย โดย

ก.๑.๑.๑ สถานที่ตั้งตัวอาคารและบริเวณโดยรอบ สะอาด ไม่มีน้ำขัง และ และสกปรก

ก.๑.๑.๒ อยู่ห่างจากบริเวณหรือสถานที่ที่มีฝุ่น เขม่า ควัน

ก.๑.๑.๓ ไม่อยู่ใกล้เคียงกับสถานที่น่ารังเกียจ เช่น บริเวณเพาะเลี้ยงสัตว์ แหล่งเก็บหรือกำจัดขยะ

ก.๑.๒ อาคารที่มีขนาดเหมาะสม มีการออกแบบและก่อสร้างในลักษณะที่ง่ายแก่การบำรุงรักษา การทำความสะอาด และสะดวกในการปฏิบัติงาน โดย

ก.๑.๒.๑ พื้น ฝาผนัง และเพดานของอาคารที่ทำ ก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทน เรียบ ทำความสะอาด และซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา

ก.๑.๒.๒ แยกบริเวณที่ทำออกเป็นสัดส่วน สำหรับวัตถุดิบ วัสดุบรรจุ ผลิตภัณฑ์รอการบรรจุ และ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ไม่อยู่ใกล้ห้องสุขาซึ่งเปิดสู่บริเวณผลิตโดยตรง ไม่มีสิ่งของที่ไมใช้แล้ว หรือไม่เกี่ยวข้องกับการทำอยู่ในบริเวณที่ทำ

ก.๑.๒.๓ พื้นที่ปฏิบัติงานไม่แออัด มีแสงสว่างเพียงพอ และมีการระบายอากาศที่เหมาะสม

ก.๑.๒.๔ ห้องสุขา อ่างล้างมือมีจำนวนเหมาะสม มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับทำความสะอาด หรือฆ่าเชื้อโรค

ก.๒ เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการทำ

ก.๒.๑ ภาชนะหรืออุปกรณ์ในการทำที่สัมผัสกับผลิตภัณฑ์ ทำจากวัสดุมีผิวเรียบ ไม่เป็นสนิม ล้างทำความสะอาดได้ง่าย

ก.๒.๒ เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ สะอาด ก่อนและหลังการใช้งานต้องทำความสะอาด เหมาะสมกับการใช้งาน ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน ติดตั้งได้ง่าย มีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งสามารถทำความสะอาดได้ง่ายและทั่วถึง และเก็บไว้ในที่เหมาะสม

ก.๓ การควบคุมกระบวนการทำ

ก.๓.๑ วัตถุดิบและส่วนผสมในการทำ ต้องสะอาด มีคุณภาพดี ได้จากแหล่งที่เชื่อถือได้ ปลอดภัย จัดเก็บในภาชนะสะอาด ป้องกันการปนเปื้อนได้ แยกเก็บเป็นสัดส่วน

- ก.๓.๒ การทำ การเก็บรักษา การขนย้าย และการขนส่ง ให้มีการป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อม
เสียของผลิตภัณฑ์
- ก.๓.๓ เครื่องชั่งที่ใช้ต้องตรวจสอบได้เที่ยงตรง
- ก.๔ การสุขาภิบาล การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด
- ก.๔.๑ น้ำที่ใช้ล้างทำความสะอาดเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ และมือของผู้ทำ เป็นน้ำสะอาดและ
มีปริมาณเพียงพอ
- ก.๔.๒ มีวิธีการป้องกันและกำจัดสัตว์นำเชื้อ แมลง และฝุ่นผงในบริเวณที่ทำตามความเหมาะสม
- ก.๔.๓ มีการกำจัดขยะ สิ่งสกปรก และน้ำทิ้ง อย่างเหมาะสม เพื่อไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนกลับลง
สู่ผลิตภัณฑ์
- ก.๔.๔ สารเคมีที่ใช้ล้างทำความสะอาด และใช้กำจัดสัตว์นำเชื้อและแมลง ใช้ในปริมาณที่เหมาะสม
และเก็บแยกจากบริเวณที่ทำ เพื่อไม่ให้ปนเปื้อนลงสู่ผลิตภัณฑ์ได้
- ก.๕ บุคลากรและสุขลักษณะของผู้ทำ
- ก.๕.๑ ผู้ทำทุกคน ต้องมีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ รักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ดี เช่น สวม
เสื้อผ้าที่สะอาด มีผ้าคลุมผมเพื่อป้องกันไม่ให้เส้นผมหล่นลงในผลิตภัณฑ์ ไม่ไว้เล็บยาว ล้างมือให้
สะอาดทุกครั้งก่อนปฏิบัติงาน หลังการใช้ห้องสุขา และเมื่อมือสกปรก
- ก.๕.๒ ผู้ทำทุกคน ต้องไม่กระทำการใดๆ ที่ไม่ถูกสุขลักษณะในสถานที่ทำ เช่น รับประทานอาหาร
สูบบุหรี่



ภาคผนวก ค

1. แบบสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน
2. แบบสัมภาษณ์ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง
3. แบบสัมภาษณ์ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง
4. แบบสัมภาษณ์นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง

แบบสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตและจำหน่ายลูกประคบสมุนไพรแห้ง

เรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนใน
จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการจัดการการเกษตร วิชาเอกการจัดการทรัพยากรเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และ
สหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตและ
การตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความ
ร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อ
วิสาหกิจชุมชนและผู้เกี่ยวข้องในเชิงวิชาการต่อไปในอนาคต ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสัมภาษณ์
ครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบ
สัมภาษณ์ในครั้งนี้

2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอนคือ

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัด
นนทบุรี

ตอนที่ 2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด
นนทบุรี

ตอนที่ 3 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด
นนทบุรี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สถานะล้อมของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง
ในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 5 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพร
แห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

ชื่อวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง.....

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด
เพียงข้อเดียวหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกทุกราย (เฉพาะข้อ 1-8)

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุปี
3. สถานภาพ โสด สมรส หย่าร้าง/หม้าย
4. ระดับการศึกษา
 - ประถมศึกษา
 - มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.
 - อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
5. อาชีพหลัก
 - ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว
 - พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท แม่บ้าน/พ่อบ้าน
 - นักเรียน/นักศึกษา อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
6. รายได้รวมจากวิสาหกิจชุมชนเฉลี่ยต่อเดือน (โดยไม่แยกแยะ)
 - ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท
 - 10,001 – 15,000 บาท 15,001 บาทขึ้นไป
7. รายได้จากลูกประคบสมุนไพรแห้ง เฉลี่ยต่อเดือน
 - ต่ำกว่า 2,000 บาท 2,001 – 3,000 บาท
 - 3,001 – 4,000 บาท 4,001 -5,000 บาท
8. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมตัวเอง)คน
9. ผลประกอบการจากการจำหน่ายลูกประคบสมุนไพรแห้งต่อเดือน.....บาท
10. ในแต่ละเดือนวิสาหกิจสามารถผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งได้.....ลูก
11. ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการดำเนินการหรือไม่ เพียงพอ ไม่เพียงพอ
12. ท่านต้องการความช่วยเหลือ-สนับสนุนจากภาครัฐหรือไม่ ต้องการ ไม่ต้องการ

13. ท่านได้รับการสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนใด

.....
.....

14. การจัดการวิสาหกิจชุมชนของท่าน ด้านการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม เป็นอย่างไร

.....
.....

ตอนที่ 2 การจัดการการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

1. วัตถุประสงค์ในการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งนี้มีอะไรบ้าง

.....
.....
.....
.....

2. วัตถุดิบเหล่านั้นได้มาจากไหน

.....
.....
.....
.....

3. กระบวนการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งนี้

.....
.....
.....
.....

4. กระบวนการควบคุมการผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่งนี้

.....
.....
.....
.....

**ตอนที่ 3 การจัดการการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี
ด้านผลิตภัณฑ์**

1. ท่านมีการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดอย่างไร

.....
.....

2. ท่านกำหนดยอดขายต่อเดือนกี่ลูก

.....
.....

3. ท่านกำหนดยอดขายต่อเดือนกี่บาท

.....
.....

4. ผลิตภัณฑ์ของท่านมีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นหรือไม่ อย่างไร

.....
.....

5. ท่านมีการพัฒนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห่งอย่างไร

.....
.....

ด้านราคา

6. ท่านกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์ราคาแบบใด

.....
.....

7. ในวิสาหกิจชุมชนของท่าน ใครเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดราคา

.....
.....

ด้านการจัดจำหน่าย

11. การจัดจำหน่ายสินค้าของท่านเป็นแบบใด

.....
.....

ด้านการส่งเสริมการตลาด

12. ท่านได้มีการจัดทำ การส่งเสริมการตลาดหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

**ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห่ง
ในจังหวัดนนทบุรี**

1. ท่านคิดว่าจุดแข็งที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชนของท่านคืออะไร

.....

.....

2. ท่านคิดว่าโอกาสอะไรที่ส่งผลดีต่อของวิสาหกิจชุมชนของท่าน

.....

.....

3. ท่านคิดว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านมีจุดอ่อนอะไรบ้าง

.....

.....

4. ท่านคิดว่ามีอุปสรรคใดที่ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจชุมชนของท่าน

.....

.....

ตอนที่ 5 ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่ง

1. ปัญหาด้านการผลิต

.....

.....

2. ปัญหาด้านการตลาด

.....

.....

3. ท่านคิดว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านมีปัญหาอื่นใดอีกบ้าง

.....

.....

.....
4. แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต
.....
.....

5. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาด
.....
.....

ขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้



แบบสัมภาษณ์ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง
เรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชน
ในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการการเกษตร วิชาเอกการจัดการทรัพยากรเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนและผู้เกี่ยวข้องในเชิงวิชาการต่อไปในอนาคต ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้

2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ
 ตอนที่ 1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง
 ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ



ชื่อ-นามสกุลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....
ตำแหน่งงาน.....
ที่อยู่ปัจจุบัน.....
เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง

1. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรจากสื่อใด

.....
.....

2. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพร

.....
.....

3. ใครเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง

.....
.....

4. เหตุผลสำคัญอะไรที่ทำให้ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้ง

.....
.....

5. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งต่อคู่หรือ 2 ลูก ขนาด 400 กรัมต่อคู่ ควรอยู่ในระดับใดที่ท่านพึงพอใจ

.....
.....

6. ท่านสามารถพบผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตลูกประคบสมุนไพรแห้งได้จากสถานที่ใดบ่อยที่สุด

.....
.....

7. ท่านคิดว่าสินค้าผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง ควรมีการส่งเสริมการตลาดอย่างไร เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

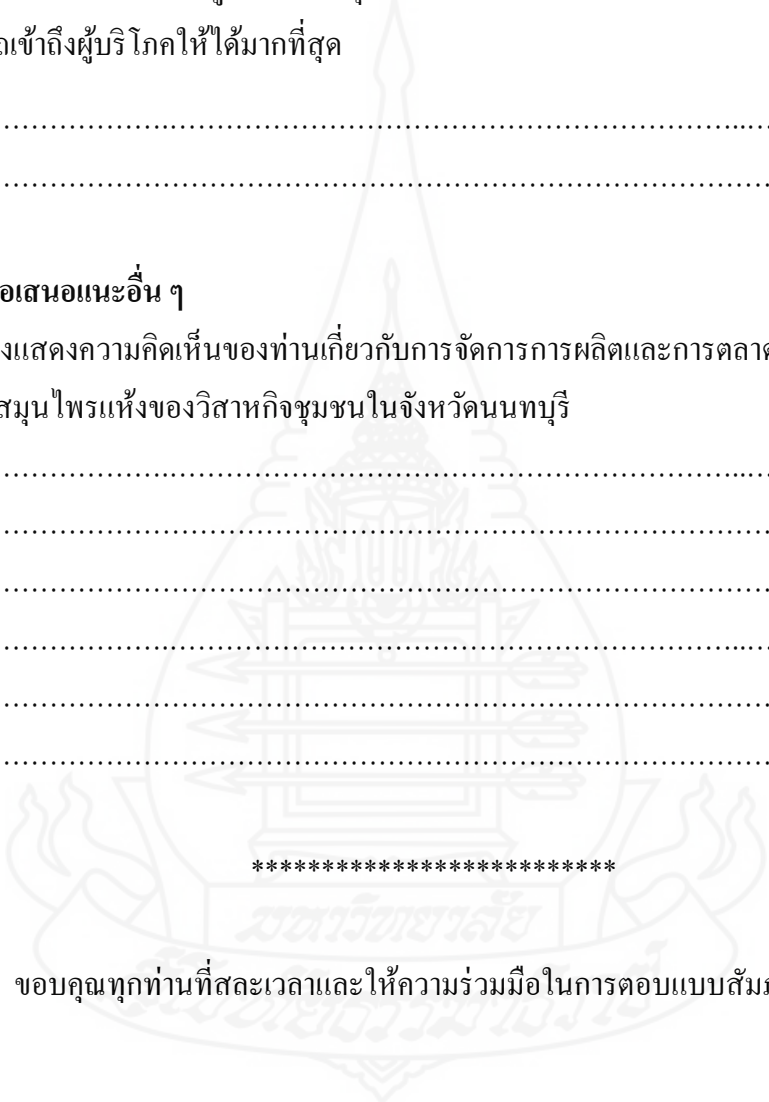
.....
.....

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

คำชี้แจง จงแสดงความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

.....
.....
.....
.....
.....
.....

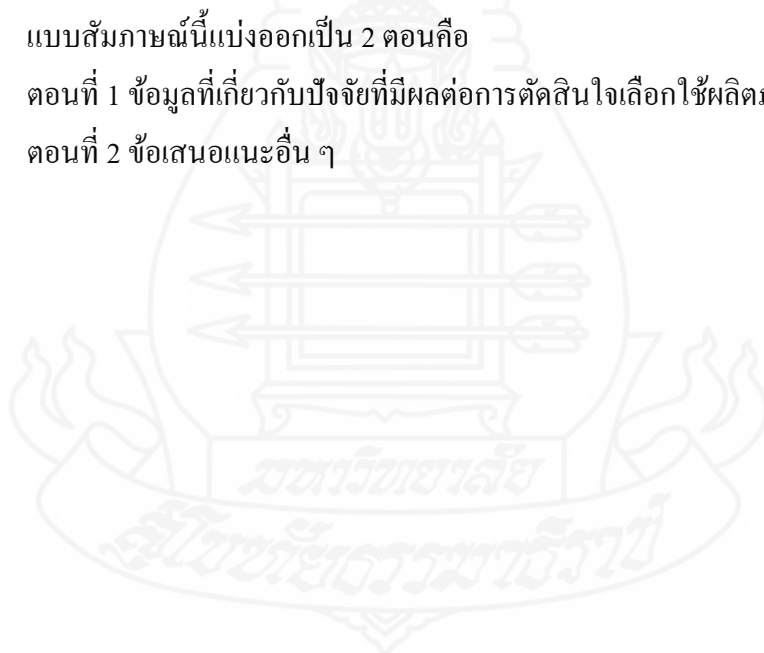
ขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้



แบบสัมภาษณ์ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง
เรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชน
ในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการการเกษตร วิชาเอกการจัดการทรัพยากรเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนและผู้เกี่ยวข้องในเชิงวิชาการต่อไปในอนาคต ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้
2. แบบสัมภาษณ์นี้แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
 - ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ



ชื่อ-นามสกุลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....
 ตำแหน่งงาน.....
 ที่อยู่ปัจจุบัน.....
 เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

1. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนจากสื่อใด

2. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนมีคุณภาพดีเพียงพอหรือไม่

3. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้ง 2 ลูกหรือ 1 คู่
 ขนาดบรรจุ 400 กรัมต่อคู่ ในระดับที่ท่านพึงพอใจคือเท่าไร

4. ท่านพบเห็นผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนได้จากสถานที่ใด
 บ่อยที่สุด

5. ถ้ามีผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งที่ผ่านการรับรองคุณภาพ และมีราคาถูก ท่านจะ
 ทดลองใช้หรือไม่

6. ปัจจุบันท่านใช้ผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห่งเพื่ออะไร

.....
.....

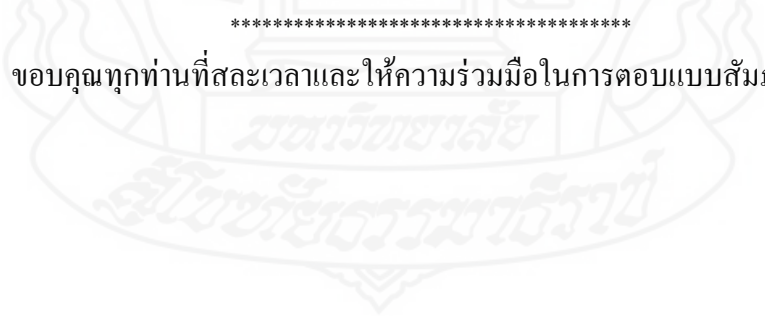
7. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์
ด้านใดเพื่อให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภค

.....
.....

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

คำชี้แจง จงแสดงความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบ
สมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี

.....
.....
.....
.....
.....
.....



ขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้

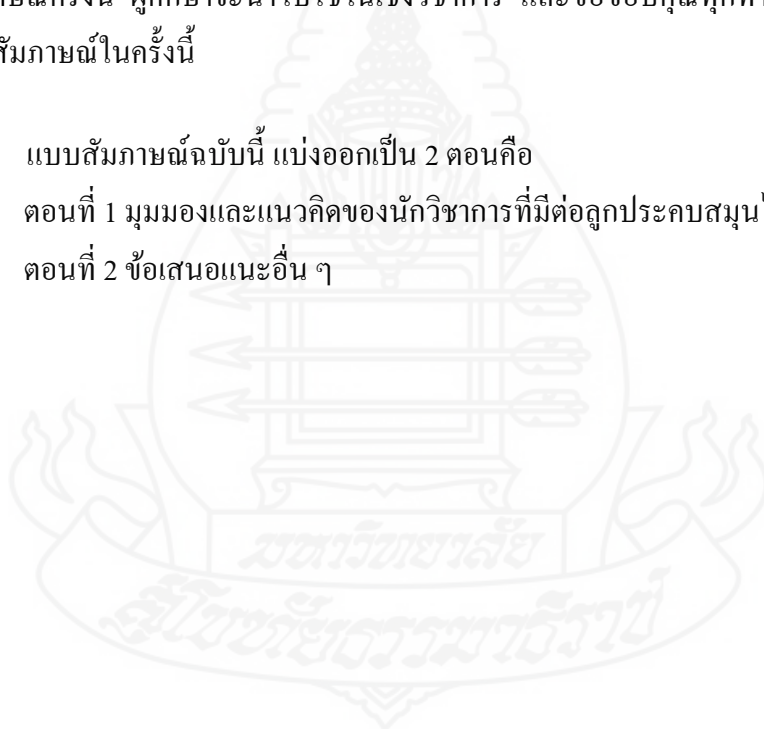
แบบสัมภาษณ์นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง

เรื่อง การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชน
ในจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการการเกษตร วิชาเอกการจัดการทรัพยากรเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาดลูกประคบสมุนไพรแห่งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนและผู้เกี่ยวข้องในเชิงวิชาการต่อไปในอนาคต ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในเชิงวิชาการ และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสัมภาษณ์ในครั้งนี้

2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ
ตอนที่ 1 มุมมองและแนวคิดของนักวิชาการที่มีต่อลูกประคบสมุนไพรแห่ง
ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ



ชื่อ-นามสกุลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์.....
ตำแหน่งงาน.....
ที่อยู่ปัจจุบัน.....
เบอร์โทรศัพท์.....

ตอนที่ 1 มุมมองและแนวคิดของนักวิชาการที่มีต่อลูกประคบสมุนไพรแห้ง

1. ท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนจากสื่อใด
.....
.....
2. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนมีคุณภาพดีเพียงพอหรือไม่
.....
.....
3. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งต่อ 2 ลูกหรือ 1 คู่
ขนาดบรรจุ 400 กรัมต่อคู่ ในระดับที่ท่านพึงพอใจคือเท่าไร
.....
.....
4. ท่านพบเห็นผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งจากวิสาหกิจชุมชนได้จากสถานที่ใดบ่อยที่สุด
.....
.....
5. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรแห้งของวิสาหกิจชุมชนควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์
ด้านใดเพื่อให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภค
.....
.....

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางนันทชญาณ์ กินขุนทด
วัน เดือน ปีเกิด	13 เมษายน 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาแพทยแผนไทยบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พ.ศ.2553 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ.2544 ผู้ประกอบการโรคศิลปะ ประเภทการผดุงครรภ์ พ.ศ. 2549 ใบอนุญาตที่ พท.ผ.3723 ผู้ประกอบการโรคศิลปะ ประเภทเภสัชกรรม พ.ศ. 2550 ใบอนุญาตที่ พท.ภ.21879 ผู้ประกอบการโรคศิลปะ ประเภทเวชกรรม พ.ศ. 2551 ใบอนุญาตที่ พท.ว.16593
สถานที่ทำงาน	บริษัท แผนไทย ดีลิเวอรี่ จำกัด 46/1028-1029, 46/1402-1403, 46/1460, 46/1480-1485, 46/1489, 46/1507 หมู่ 5 ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110
ตำแหน่ง	เจ้าของกิจการ