

การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ยาหม่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน
ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี
Improvement of Balm Products and Marketing Value Added
at Community Enterprise of Thai Massage Vocational Promotion Center,
Wat Sao Thong Thong, Nonthaburi Province

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์

วรัญญู ศรีเชียงราย

สุรัชย์ สวนทับทิม

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Sivanun Sivapitak

Warunyu Srichiangrai

Surachai Suantubtim

Dhurakij Pundit University

Corresponding author, E-mail: sivanun.sik@dpu.ac.th

วันที่รับบทความ: 10 มิถุนายน 2567; วันที่แก้ไขบทความ 24 กรกฎาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 7 สิงหาคม 2567

Received: June 10, 2024; Revised: July 24, 2024; Accepted: August 7, 2024

บทคัดย่อ

การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ยาหม่องเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทยวัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ยาหม่อง และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น และ 2) เพิ่มและขยายช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจต้นแบบด้วยการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ตัวแทนของวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 15 คน และผู้ใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 80 คน โดยมีแบบสัมภาษณ์ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถามวัดความพึงพอใจ เป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา และสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า 1) สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทองมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ยาหม่อง ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 2) ผลลัพธ์จากการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยาหม่อง วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง ผ่านการตลาดแบบออนไลน์ผ่าน Facebook Fan Page พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นเพราะมีรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สะดวกในการถือ หอบหิ้ว หรือการซื้อไปฝากบุคคลอื่น สร้างความน่าสนใจดึงดูดลูกค้าได้ ซึ่งทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นจากเดิม



ร้อยละ 25 จากยอดขายเดิม มีประโยชน์ต่อการเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างโอกาสใหม่ให้กับชุมชนในการทำงานอย่างยั่งยืนและมั่นคงในอนาคต

คำสำคัญ ผลผลิตงาช้างหม่อง; วิสาหกิจชุมชน; สมุนไพร; เศรษฐกิจในชุมชน

Abstract

The improvement of the balm product to increase the market value of the Community Enterprise of Thai Massage Vocational Promotion Center, Wat Sao Thong Thong, Nonthaburi Province, aims to: 1) improve the balm product and develop outstanding packaging, and 2) increase and expand the market channels of the model products by connecting producers and consumers. This research is a mixed-method study. The research sample includes 15 representatives from the Community Enterprise of Thai Massage Vocational Promotion Center, Wat Sao Thong Thong, Nonthaburi Province, and 80 users of Thai traditional massage services. The research tools are in-depth interview and satisfaction questionnaires. The data is analyzed using content analysis and presented descriptively and statistically.

Research results show: 1) Members of the Community Enterprise of Thai Massage Vocational Promotion Center, Wat Sao Thong Thong, Nonthaburi Province, have the highest satisfaction with the balm product and packaging, with an average score of 4.34. 2) The outcome of promoting the balm product through online marketing via a Facebook Fan Page reveals that customers are more satisfied with the product and packaging due to their modern design and convenience for carrying. This has increased sales by 25% compared to previous sales. It is beneficial to strengthen the local economy and create new opportunities for the community to work sustainably and securely in the future.

Keywords: Balm Products; Community Enterprises; Herbs; Community Economy

บทนำ

การกำหนดทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่าง ๆ เพื่อให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ราชกิจจานุเบกษา (2565) หนึ่งกลยุทธ์ย่อยที่สำคัญคือการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้เครือข่ายที่มีอยู่ในชุมชนเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน สร้างเสริมองค์



ความรู้ให้กับชุมชนจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสร้างความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ ทนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ ส่งเสริมการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีความปลอดภัย ยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 - 2570)) โดยในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มาจากภูมิปัญญาของคนในชุมชน ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่ว ๆ ไป ทำให้ชุมชนต่าง ๆ ต้องตระหนักและให้ความสำคัญเพื่อแข่งขันกันมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน

ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชยาวัฒน์ เกียรติมงคล มัลย์ และ สุรเกียรติ ธาดาวัฒนวิทย์ (2565) ในขณะที่วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาชองทอง หมู่ 6 ตั้งอยู่ที่ วัดเสาชองทอง หมู่ 6 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โดยมีคุณอึด อ่วมเลิศ เป็นประธานกลุ่ม จัดตั้งขึ้น ณ วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2549 เริ่มแรกก่อตั้งด้วยสมาชิก 15 คน โดยให้บริการด้านการนวดแผนไทยและแผนโบราณ และมีสูตรยาหม่องสมุนไพรเฉพาะของชุมชน คือยาหม่องไพล และยาหม่องปลับปลิง ที่ถือเป็นสมุนไพรหลักของชุมชน ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีแบรนด์และโลโก้เป็นของตนเอง บรรจุกฎภัณฑ์เป็นขวดแก้วเหมือนยาหม่องทั่วไป ไม่มีดีไซน์ทันสมัยและไม่มีความโดดเด่น ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์การให้บริการและสินค้า ชุมชนยังไม่มีช่องทางการตลาดออนไลน์ทางตรงเป็นของตนเอง ทำให้ผู้รับบริการหรือลูกค้าเข้าถึงได้ยาก ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเพื่อต้องการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ยาหม่อง ออกแบบโลโก้สร้างการรับรู้และการจดจำให้กับลูกค้า และปรับเปลี่ยนบรรจุกฎภัณฑ์เดิมให้มีดีไซน์ที่ดี ทันสมัย สีสันเป็นเอกลักษณ์ พกพาง่าย ใช้งานสะดวกมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

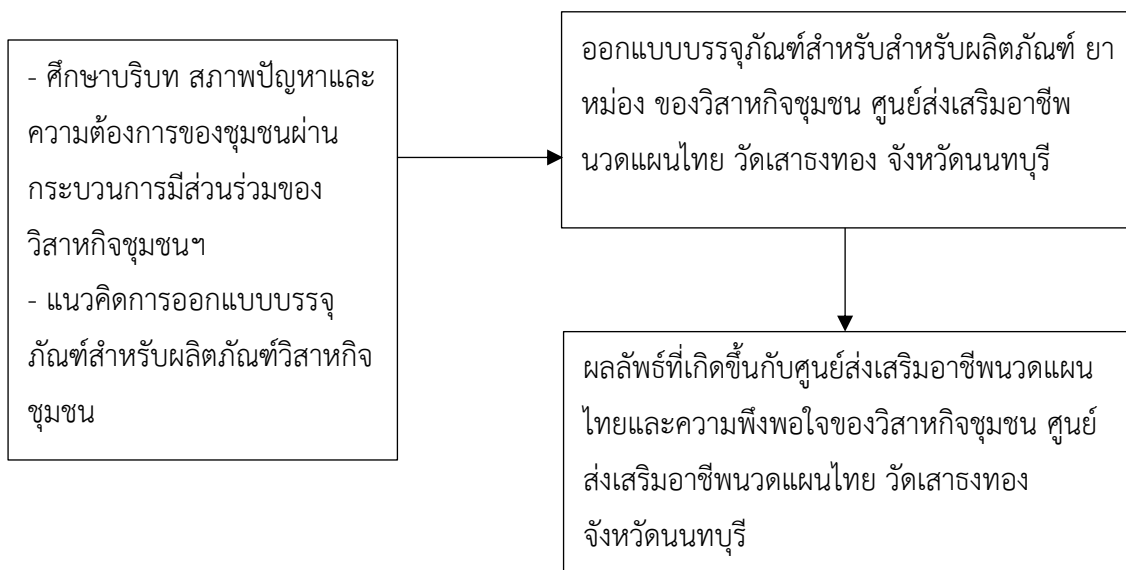
1. เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ยาหม่อง และพัฒนาบรรจุกฎภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น
2. เพิ่มและขยายช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจต้นแบบด้วยการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

และผู้บริโภค

กรอบแนวคิดงานวิจัย

การพัฒนาบรรจุกฎภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ยาหม่อง ของวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาชองทอง จังหวัดนนทบุรี มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้





แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย**ขอบเขตด้านเนื้อหา**

1. ข้อมูลพื้นฐานด้านสภาพปัญหาและความต้องการการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาด โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของศูนย์ส่งเสริมอาชีพพวแผ่นดินไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี
2. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพพวแผ่นดินไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพพวแผ่นดินไทย วัดเสาธงทอง และประชาชนที่มาใช้บริการพวแผ่นดินไทย

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น คือ การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ยาหม่องของวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพพวแผ่นดินไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี

ตัวแปรตาม คือ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพพวแผ่นดินไทย วัดเสาธงทอง จังหวัด นนทบุรี และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ยาหม่อง

ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการภายในระยะเวลา 8 เดือน เริ่มจากเดือนมีนาคม พศ. 2566 ถึง เดือน ตุลาคม พศ. 2566



ขอบเขตด้านสถานที่

วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง หมู่ 6 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัย และการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยมีการเตรียมคำถามเพื่อสัมภาษณ์ แนวคำถามที่ผู้วิจัยและคณะสร้างขึ้น เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์การวิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามเกณฑ์ Ma & Macmillan (1999) และ Textor (1980) ใช้ข้อคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กับตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวม 5 ข้อ จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 15 คน

การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เป็นเทคนิคสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ และเป็นวิธีที่มีความเที่ยงตรงสูงในการสำรวจความคิดเห็น ประสบการณ์ และมุมมองของผู้ให้ข้อมูล (Dos Santos Marques, Fouad, Vickers, & Searinci, 2020, p1) ใช้ข้อคำถามในการตั้งประเด็นสอบถามความคิดเห็นโดยรวมของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนถึงผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ ใช้ข้อคำถาม รวม 5 ข้อ แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกรอบแนวความคิดในการวิจัย เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก่อนและหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) (Likert, 1970)

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ยาหม่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) เป็นหลักในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มเป้าหมาย/ตัวอย่างที่ศึกษาใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงจากสมาชิก 15 คนของวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี และแบบสอบถามความพึงพอใจของที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาหม่อง ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้วยเอกสาร และลงพื้นที่สำรวจชุมชน

1.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านกายภาพ อัตลักษณ์ จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค และสภาพทั่วไปของชุมชน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัย และการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยมีการเตรียมคำถามเพื่อสัมภาษณ์ แนวคำถามที่ผู้วิจัยและคณะสร้างขึ้น เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์ การสัมภาษณ์คำถามยืดหยุ่นตามสถานการณ์ นุชจรี ทิยะบุญและ



คณะ (2564) และใช้คำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) สุภางค์ จันทวานิช (2565:59) เพื่อนำมาอภิปรายผล สรุปผลต่อไป



แผนภาพที่ 2 ลงพื้นที่สำรวจวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนายาหม่อง ในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

2.1 ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมยาหม่องสมุนไพร ทีมผู้วิจัยร่วมวิเคราะห์คุณสมบัติ ส่วนประกอบของยาหม่องที่เหมาะสม

ด้านการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์

2.2 โดยศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจที่ดำเนินการผลิตยาหม่องอย่างมีประสิทธิภาพ นำกระบวนการมาศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยทีมผู้วิจัยร่วมกันวิเคราะห์สิ่งที่ได้จากการศึกษา

ด้านบรรจุภัณฑ์

2.3 ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยาหม่องสมุนไพรจากพหุเสียง ต่อจากนั้น ทีมผู้วิจัยร่วมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์และจัดทำร่างตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ สอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ใหม่ต่อผู้ผลิตและผู้มาใช้บริการนวดแผนไทย และทีมผู้วิจัยร่วมกันประชุมกลุ่มเพื่อสรุปผลและร่วมกันตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมก่อนดำเนินการสั่งการผลิตบรรจุภัณฑ์จริง



แผนภาพที่ 3 การทำยาหม่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 3 ด้านช่องทางทางการตลาด

3.1 ทำการร่วมกันวิเคราะห์ต้นทุนในการผลิตยาหม่องสมุนไพร เพื่อกำหนดแนวทางด้านการตลาดเกี่ยวกับราคา การวางจัดจำหน่ายและส่งเสริมการขาย

3.2 เครื่องมือที่ใช้สำหรับช่องทางการขายผ่านการขายออนไลน์ ได้แก่ Facebook และการไลฟ์สดขายเพื่อเพิ่มยอดขาย

ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการดำเนินงาน

3.3 ขั้นตอนดำเนินงาน ทีมวิจัยติดตามและประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากคามพึงพอใจ และยอดขายที่เพิ่มขึ้น ของวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัย

การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ยาหม่องและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง การดำเนินการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน สามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานสภาพปัญหาและความต้องการการออกแบบผลิตภัณฑ์ยาหม่อง

จากการสำรวจชุมชนและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง มีการให้บริการด้านการนวดแผนไทยและแผนโบราณ สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนจำนวน 15 คน จะเป็นผู้ให้บริการนวดและไม่ได้เข้ามาในพื้นที่ให้บริการทุกวัน ทำให้ผู้ใช้บริการที่เข้ามานวดมีจำนวนครั้งละไม่เกิน 10 คน ผู้ให้บริการนวดจะใช้น้ำมันและยาหม่องพลาและยาหม่องปลั่งในการนวด เพื่อช่วยคลายกล้ามเนื้อและกลิ่นหอมสดชื่น ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกผ่อนคลายจากการนวดและกลิ่นของยาหม่อง ยาหม่องพลาและยาหม่องปลั่งจึงถือเป็นสินค้ากิมมิก (gimmick) หลักของชุมชน แต่ยังไม่มีความโดดเด่นและโลโก้เป็นของตนเอง บรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้วเหมือนยาหม่องทั่วไป ไม่มีดีไซน์ทันสมัยและไม่มีความโดดเด่น ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์การให้บริการและสินค้า ชุมชนยังไม่มีช่องทางการตลาดออนไลน์ทางตรงเป็นของตนเอง ทำให้ผู้รับบริการหรือลูกค้าเข้าถึงได้ยาก

ทีมวิจัยจึงต้องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดแก้วเหมือนยาหม่องทั่วไป ไม่มีดีไซน์ทันสมัยและไม่มีความโดดเด่น ให้มีดีไซน์ที่ดี ทันสมัย สีสันเป็นเอกลักษณ์ พกพาง่าย ใช้งานสะดวกมากยิ่งขึ้น ทีมวิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเหมือนแท่งลิปสติก หรือยาตม ที่สามารถเปิดใช้ได้สะดวกและพกพาได้ จึงเรียกว่ายาหม่องสติ๊ก (stick) เนื่องจากตัวยาหม่องที่บรรจุขวดแก้วเดิมมีความเหลว จึงปรับปรุงสูตรการผลิตเพื่อให้ตัวยาหม่องมีความแข็งตัว เหนียวกว่าเดิม



2. การพัฒนายาหม่อง ผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรของชุมชน ในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ทีมวิจัยได้ร่วมคิด รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์คุณสมบัติของส่วนผสมต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลไปปรับใช้ในการผลิตยาหม่องไพล ยาหม่องพลับพลึง

ผลการพัฒนาด้านกระบวนการผลิต ทีมวิจัยร่วมกันศึกษากระบวนการผลิต มีการปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับยาหม่อง ในส่วนวัสดุอุปกรณ์สำหรับที่ใช้ในการผลิตยาหม่องเน้นถึงความสะอาด มาตรฐาน เพื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงสูตรการผลิต เพื่อให้เนื้อมาหม่องมีความแข็งตัว เหนียว กว่าเดิม เพื่อนำไปใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทีมงานออกแบบได้ พบว่าอัตราส่วนที่เหมาะสมในการผลิตยาหม่อง

การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ จากการพัฒนาผู้วิจัยและทีมได้มีการนำแบบสอบถามสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของยาหม่องไพล พลับพลึง จากประชาชนที่มาใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 80 คน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อยาหม่อง คือ ภาพประกอบ รูปลักษณ์ ใช้งานง่าย และมีเอกลักษณ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.50 ซึ่งจากผลการศึกษา มีการระดมความคิดเห็นระหว่างทีมผู้วิจัยและกลุ่มชุมชน เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ยาหม่อง ได้ตามรูป



แผนภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์ก่อนพัฒนา

แผนภาพที่ 5 บรรจุภัณฑ์หลังพัฒนา

3. ด้านช่องทางทางการตลาด

ในด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยาหม่องวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพ นวดแผนไทย วัดเสาชงทอง ผ่านการตลาดแบบออนไลน์ผ่าน Facebook Fan Page เพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาด ให้เกิดรายได้และสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักบนโลกออนไลน์ผ่านการออกแบบการสื่อสารใน Facebook Fan Page ในรูปแบบต่างๆ (จิรภัทร ไชยเทพาและอรุณี พรหมคำบุตร, 2022) โดยการพัฒนาเมนูสินค้าบน Fan Page โดยผู้ศึกษาได้ใช้ภาพจากผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิม และผู้ศึกษาจัดทำขึ้นนำมาประกอบและใช้รูปแบบ การสื่อสารแบบประสมใน Fan Page ประกอบด้วย ภาพ ข้อความ วิดีโอและการไลฟ์สดขายเพื่อเพิ่มยอดขาย



Live streaming สัรวจตลาดและเจาะกลุ่มลูกค้าจีน

แผนภาพที่ 6 ช่องทางทางการตลาด

สรุปผลการดำเนินงาน

การประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ ยาหม่อง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาชงทอง จากการเก็บข้อมูลความพึงพอใจด้วยแบบสอบถามจากสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาชงทอง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 15 คน ได้ผลสรุปความพึงพอใจและแปลผลระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัยตามแนวทางของ Best, Kahn (1998) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ยาหม่อง ของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาชงทอง

ด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. มีลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน	4.70	0.61	มากที่สุด	1
2. มีความสะดวกในการพกพา จัดเก็บและวางจำหน่าย	4.50	0.80	มากที่สุด	3
3. ตอบสนองต่อการใช้งานได้เป็นอย่างดี	4.35	0.49	มากที่สุด	4
4. บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	4.10	0.97	มาก	6
5. แสดงข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ได้ครบถ้วน	4.03	0.78	มาก	8
6. ตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.65	0.83	มากที่สุด	2
7. บรรจุภัณฑ์เก็บรักษาสินค้าระหว่างขนย้ายได้	4.05	0.99	มาก	7
8. วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.35	0.75	มากที่สุด	5
รวม	4.34	0.78	มากที่สุด	



ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ยาม่อง ของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง ในภาพรวม พบว่า สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ยาม่อง ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความพึงพอใจรายข้ออยู่ในระดับมาก-มากที่สุด โดยด้าน มีลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน มีความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือ ด้านตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม และความสะดวกในการพกพา จัดเก็บและวางจำหน่าย ตามลำดับ

ในขณะเดียวกัน ผลลัพธ์จากการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ยาม่อง วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง ผ่านการตลาดแบบออนไลน์ผ่าน Facebook Fan Page พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นเพราะมีรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สะดวกในการถือ หอบหิ้ว หรือการซื้อไปฝากบุคคลอื่น สร้างความน่าสนใจดึงดูดลูกค้าได้ ซึ่งทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 25 จากยอดขายเดิม

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบบบรรจุภัณฑ์ ยาม่อง วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทอง โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มฯ ที่แสดงความคิดเห็นนำเสนอความต้องการ รูปแบบ ข้อมูลอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ วิภาวดี พรหมพุทธา และขาม จาตุรงค์กุล, 2565 และ นิอร ดาวเจริญพร และรุ่งฤทัย รำพึงจิต, 2566 ด้วยการศึกษาลงถึงปัญหาและความต้องการ สังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ โดยได้มีแนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าโดยได้ถอดอัตลักษณ์ของชุมชนจากการลงพื้นที่ไปสู่การออกแบบและวิเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น สี, สไตล์, เทคนิคการวางลาย ในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและจดจำได้ง่ายเกิดต้นแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้กับชุมชนในอนาคต

วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาธงทองซึ่งตั้งอยู่บนเกาะเกร็ด อันเป็นชุมชนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีพื้นที่ประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยอยุธยา โดยเป็นชุมชนมอญเก่าแก่ทำให้มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมรูปแบบชาวมอญภายในชุมชน ชุมชนแห่งนี้ยังเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เรียกว่า "เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด" นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีศาสนานที่สำคัญของชาวมอญอย่าง "วัดปรมัยยิกาวาส หรือ พระเจดีย์มูเตา หรือ “เจดีย์เอียง” ตั้งอยู่บริเวณหัวแหลมของเกาะเกร็ด ริมแม่น้ำเจ้าพระยา คือพื้นที่สำคัญของเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในปัจจุบัน ดังนั้นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงได้มีการนำ เจดีย์เอียง อันเป็นอัตลักษณ์สำคัญของเกาะเกร็ดมาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยประกอบลงในตราสินค้าที่บรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ สมิตรา ศรีวิบูลย์ (2554 : 25) ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมในปัจจุบัน ผู้บริโภคจึงมักตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดย



พิจารณาจากสัญลักษณ์หรือแบรนด์ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะตัว รวมถึงชื่อเสียงของผู้ผลิตจึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ในขณะที่ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ยาหม่อง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ส่งเสริมอาชีพนวดแผนไทย วัดเสาชงทอง ที่พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยในด้านมีลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ความสะดวกในการพกพา จัดเก็บและวางจำหน่าย ตอบสนองต่อการใช้งานได้เป็นอย่างดี และวัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้อง กับ ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสินิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2542 : 17-18) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ยุบ สลาย เสียรูป หรือเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อมและสภาพการขนส่ง ให้คงสภาพลักษณะของสินค้าให้เหมือนเมื่อผลิตออกจากโรงงานให้มากที่สุด การออกแบบลวดลายบนกล่องบรรจุภัณฑ์ยาหม่อง โดยมีลวดลายที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับกระบวน การนวดและเกาะเกร็ด แสดงถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน จัดจำได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ ปุ่น คงเจริญ เกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 205) ได้กล่าวว่า ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ เป็นวิธีการกำหนดลักษณะ รายละเอียดที่มีผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค ให้ดึงดูดความสนใจและยังเป็นการสร้างบุคลิกลักษณะพิเศษของสินค้า อันจะนำมาซึ่งความทรงจำของผู้บริโภคได้สอดคล้องกับ อรรหาจี เจ๊ะสะแม และยอดนา เกษเมือง (2564 : 89) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่มีคุณค่า สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และทำให้เกิด ต้นแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน สามารถนำแนวคิดการวิจัยไปพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของชุมชนต่อไป รวมถึงสามารถเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมและสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในอนาคต อีกทั้งการแสดงข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ได้ครบถ้วน เช่น ช่องทาง Facebook เบอร์โทรศัพท์และที่อยู่ทำให้ดึงดูดความสนใจและมีส่วนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สอดคล้องกับ กษมา สุรเดชา และคณะ (2563 : 220) ได้กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถขายสินค้าได้ หลากหลายกลุ่มมากขึ้นและสามารถนำไปขายได้ ตามร้านขายของฝากด้วยรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามประกอบด้วยการระบายละเอียดของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจใจกระบวนการผลิตมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ควรดำเนินการวิจัยทางการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้กลุ่มวิสาหกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดย่อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มมีความยั่งยืน และมีโอกาสในการแข่งขันในเวทีการค้าในระดับชาติและนานาชาติ



3. ชุมชนสามารถนำเอาองค์ความรู้ไปพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต่อยอดในการเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างโอกาสใหม่ให้กับชุมชนในการทำงานอย่างยั่งยืนและมั่นคงในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กษมา สุรเดชา. (2563). การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่สามัคคีไทยศรีโยธิน. *วารสารพิบูล*. 18 (1), 219-237.
- จิรภัทร ไชยเทพาและอรุณี พรหมคำบุตร.(2022). การพัฒนาตลาดออนไลน์ผ่าน Facebook Fan Page ของไร่ปรียา ตำบลบ้านเม็ง อำเภอนองเรือ จังหวัดขอนแก่น.*วารสารแก่นเกษตร*,50(1), 85-91.
- ชยาวิมล เกียรติกมลมาลย์และสุรเกียรติ ธาตาวัดนาวิทย์.(2565). แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนวัดไทรให้สามารถสร้างรายได้ในระดับที่พึ่งตนเองได้.*วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*,16(2),80-98.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2542). *การบรรจุภัณฑ์*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : วังอักษร.
- นิอร ดาวเจริญพร และรุ่งฤทัย ราพิงจิต. (2566). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเย็บผ้าและศิลปะประดิษฐ์ ตำบลเขาแก้วศรีสมบูรณ์ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดสุโขทัย. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(4), 174-191.
- นุชจรี ทิยะบุญ, ธัญญารัตน์ ลิ่นฤๅ, ณิชยา ทองจำรูญ และ อริย์ธัช อักษรทับ. (2564). รูปแบบการประกอบการสินค้าแปรรูปเกษตรกลุ่มสมุนไพร ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจยาหม่องสมุนไพรเสลดพังพอน ตำบลยางเนิ้ง ตำบลหนองผึ้ง ตำบลสารภี อำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 15(พิเศษ),84-97.
- ราชกิจจานุเบกษา.(2565). ประกาศ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566 – 2570. (1 พฤศจิกายน 2565). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง หน้า 3
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย.
- วิภาวดี พรหมพุดธา และขาม จาตุรงค์กุล. (2565). *โครงการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย โดยได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้เมืองเลย กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายชุมชนบ้านกกบก อ.วังสะพุง จ.เลย*. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 23. 25 มีนาคม 2565. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุภางค์ จันทวานิช .(2565). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมิตรา ศรีวิบูลย์. (2554). *ออกแบบ ออกแบบรอนด์*. กรุงเทพมหานคร: อีเลฟเว่นคัตเลอร์ส.



อรรหาวิ เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี**, 15(2), 79 – 90.

Best, J.W. and Kahn, J.V. (1998). **Research in Education**. 8th Edition, Butler University, Emeritus, University of Illinois, Chicago.

Dos Santos Marques, I.C., Fouad, M.N., Vickers, S.M., and Scarinci, I. (2020). **Implementation of virtual focus groups for qualitative data collection in a global pandemic**.

Retrieved August 1, 2021 from <https://www.researchgate.net/profile/Isabel-Dos-Santos-Marques/publication/346196129>.

Likert, R. (1970). **New Patterns of Management**. New York: McGraw-Hill.

Ma, X., & Macmillan, R. B. (1999). Influences of Workplace Conditions on Teachers Job Satisfaction. **Journal of Educational Research**, 93, 39-48.

Textor, R. B. (1980). **A Handbook on ethnographic futures research**. 3rd Ed. Cultural and Educational Futures Research Project, School of Education and Department of Anthropology, Stanford University, Stanford, CA.

