

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย
สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

The Training Course Curriculum Development of Thai Herb and
Cosmetic Business for the Community Enterprise

อัครภัสสร ชนะจินดาโสภณ

นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โทร.02-565-3584, E-mail: arukrapat@tfcosmetorogy.com

วันชัย ปานจันทร์

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โทร.02-310-8547, E-mail: chaipanjan@gmail.com

อิทธิพัทธ์ สุวทันพรกุล

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

โทร.02-649-5000, E-mail: ittipaatresearch@gmail.com

เอกสิทธิ์ สนามทอง

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โทร.02-310-8547, E-mail: ekkasit_san@ru.ac.th

ชุมพล รอดแจ่ม

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

โทร.02-160-1186, E-mail: chumpon.ro@ssru.ac.th

Akrarapad Chanajindasopon

Doctor of Philosophy in Human Resource Development,

Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

Wanchai Panjan

Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

Ittipaat Suwathanpornkul

Faculty of Education, Srinakharinwirot University

Ekasit Sanamthong

Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

Chumpon Rodjam

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University

รับเข้า: 25 ธันวาคม 2562 แก้ไข: 18 มีนาคม 2562 ตอรับ: 28 มีนาคม 2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย และประเมินหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาความต้องการ โดยสำรวจข้อมูลพื้นฐานความต้องการของธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ 11 คน คือ รัฐมนตรีที่กำหนดนโยบายกองทุนหมู่บ้าน 1 คน และผู้บริหารในธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย 10 คน 2) พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม 3 ส่วน คือ สร้างโครงร่างหลักสูตร ประเมินโครงร่างหลักสูตร และทดลองใช้โครงร่างหลักสูตร และ 3) ประเมินหลักสูตรฝึกอบรม โดยประเมินจากตัวแทนวิสาหกิจชุมชน 30 ชุมชน ชุมชนละ 1 คน รวม 30 คน พบว่า 1) ความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ได้แก่ ความรู้ด้านการวางแผนงบประมาณการกำกับติดตาม การดำเนินธุรกิจ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสมุนไพรในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางสมุนไพร การฝึกสอนเพื่อสร้างความเข้าใจ การทำการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่องทาง การจัดจำหน่าย และพัฒนาสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพให้แก่สมาชิก 2) การพัฒนาหลักสูตร คือ การดำเนินงานของธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย การตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรไทย และการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ 3) ผลการประเมิน พบว่า ผู้เข้าอบรมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คะแนนการเรียนรู้ของผู้อบรมหลังการอบรมสูงกว่าก่อนอบรม หลังสิ้นสุดการฝึกอบรม 8 สัปดาห์ มีพฤติกรรมการเรียนรู้เพิ่มขึ้นมากกว่าหลังการอบรม และมีผลลัพธ์จากการอบรมเพิ่มขึ้นมากกว่าหลังการอบรม

คำสำคัญ: หลักสูตรฝึกอบรม เครื่องสำอางสมุนไพร วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objective of this research were to study the needs regarding Thai herbal cosmetics business develop a Thai herbal cosmetic business training course and evaluate the Thai herbal cosmetics business training course. Conducting 3 steps of research: 1) Studying needs by surveying the basic information needs of the Thai herbal cosmetics business and in-depth interviews with 11 experts, namely, the minister who sets out the village fund policy, 1 person and 10 executives in the Thai herbal cosmetics business, 2) Assess curriculum outline and try out the curriculum outline and 3) evaluate the training course by evaluating from representatives of 30 community enterprise, 1 person for each community, a total of 30 people. Found that: 1) The demand for Thai herbal cosmetics business is knowledge about planning, budgeting, supervision and business operation basic knowledge about herbs in different regions to be used as ingredients of herbal cosmetics. Training for understanding of marketing, packaging design including channels

distribution and continuously develop members in community enterprises in order to build capacity for members, 2) Curriculum development is the operation of Thai herbal cosmetics business Thai herbal cosmetics marketing and human resource management, 3) The results show that the trainers have the highest level of satisfaction. Learning scores of the trainers after training is higher than before training. After 8 weeks of training, there was more learning behavior than after training. And with more training results than after the training.

Keywords: training course curriculum, Thai herbal cosmetic, community enterprise

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ผลิตสมุนไพรได้มากเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน เป็นที่ 1 ของโลก ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมจากธรรมชาติ และเป็นที่ยอมรับ 13 ของโลกด้านผลิตภัณฑ์ดูแลสภาพผิวจากสมุนไพร อีกทั้งยังมีงานวิจัยใช้ประโยชน์จากสมุนไพรจำนวนมาก แต่ยังไม่ถูกนำไปใช้เท่าที่ควร และคนไทยกลับไม่นิยมใช้หรือไม่เชื่อถือ รวมไปถึงการวางแผนทางการตลาดและการจัดแสดงสินค้าให้สมุนไพรไทยดูมีระดับ ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นที่เชื่อถือทั้งแก่ชาวต่างชาติและคนไทย อีกทั้งทำให้ขายผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้นมาก เวชสำอางของโลกขณะนี้ ทุกสายตาหันมาให้ความสนใจกับสมุนไพรจากธรรมชาติ สำหรับสมุนไพรไทยค่อนข้างได้รับการยอมรับในหมู่ชาวต่างชาติ (ผู้จัดการออนไลน์, 2558: ออนไลน์) ภาครัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมเพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย อาทิ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข มีนโยบายยกระดับคุณภาพวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้มาตรฐานสากล ลดการนำเข้ายาแผนปัจจุบัน และสนับสนุนการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย รวมถึงส่งเสริมการศึกษาวิจัยด้านสมุนไพรไทย เป็นแหล่งรวบรวมและอนุรักษ์พันธุ์พืชสมุนไพร เผยแพร่ความรู้ ด้านการขยายพันธุ์และการปลูกพืชสมุนไพร ตลอดจนผลิตกล้าไม้ เพื่อสนับสนุนการปลูกพืชสมุนไพร รวมทั้งการถ่ายทอดเทคโนโลยีต่อผู้สนใจ และชุมชนต่าง ๆ อีกทั้งยังมีการควบคุมคุณภาพของเครื่องสำอางที่มีสมุนไพรเป็นส่วนผสมอีกด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตจากสมุนไพร เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายประชารัฐ (ภรภัทร จุตระกูล, 2561: ออนไลน์)

นโยบายภาครัฐดังกล่าวสอดคล้องกับความคิดเห็นของ สุวพันธุ์ ตันยุวรรธนะ (การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 14 พฤษภาคม 2561) ที่กล่าวว่า “...รัฐบาลให้ความสำคัญกับเรื่องชุมชน หมู่บ้าน และพื้นที่ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของฐานรากทางเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลมีนโยบายชัดเจนในเรื่องของการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคม สิ่งที่ต้องดำเนินการ คือ งบประมาณของรัฐบาลจำนวนแสนล้านบาท สำหรับกองทุนหมู่บ้าน โดยรัฐบาลมองเรื่องการพัฒนาศักยภาพของกองทุนหมู่บ้าน คือ การให้สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนแห่งชาติได้ร่วมกับหมู่บ้าน โดยการให้ชาวบ้าน

และชุมชนได้เสนอโครงการ จัดทำงบประมาณเสนอต่ออนุกรรมการแบบเป็นรูปธรรม ถึงจะอนุมัติเงินให้กับชุมชน และเมื่อได้รับเงินงบประมาณมาแล้ว ก็จะต้องมีกระบวนการในการบริหารงบประมาณนั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งมีหลายชุมชนได้เสนอโครงการได้นำเสนอต่ออนุกรรมการในด้านสมุนไพร เพื่อที่จะทำเครื่องสำอาง สินค้าอุปโภคบริโภค...”

ด้านนโยบายในการส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยในอาหาร ยา และเครื่องสำอาง (Food and Drug Administration (FDA) Thai Herb) เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการให้มีความรู้ ความเข้าใจตราสัญลักษณ์ FDA Thai Herb เพื่อส่งเสริมการใช้สมุนไพรในเครื่องสำอาง รวมทั้งพัฒนาสถานที่ให้เป็นไปตาม “พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558” (2558) ผู้ประกอบการจะได้รับทราบหลักเกณฑ์ในการขอรับตราสัญลักษณ์ และสร้างความเข้าใจที่สอดคล้องกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ประเทศไทยถือเป็นฐานการผลิตเครื่องสำอางเพื่อการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ที่ผ่านมาสํานักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้จัดทำฐานข้อมูลสมุนไพรที่ใช้ในเครื่องสำอาง เพื่อสืบค้นการผลิตเครื่องสำอางผสมสมุนไพรที่มีคุณภาพมาตรฐาน จัดทำคู่มือการผลิตเครื่องสำอางขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นข้อมูลในการผลิตเครื่องสำอางในชุมชน พัฒนาการตรวจวิเคราะห์สมุนไพรบางชนิดในเครื่องสำอางทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค พัฒนาสารสกัดและน้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรไทยที่ใช้เป็นเครื่องสำอางเพื่อการพัฒนาตำรับเครื่องสำอาง กำหนดแบบตราสัญลักษณ์ FDA Thai Herb และหลักเกณฑ์การคัดเลือกเครื่องสำอางผสมสมุนไพรให้ได้ตราสัญลักษณ์ต่อไป การกำหนดตราสัญลักษณ์เพื่อคัดเลือกเครื่องสำอางผสมสมุนไพร ให้ได้รับตราสัญลักษณ์ FDA Thai Herb นั้น เพื่อสร้างความมั่นใจในเครื่องสำอางผสมสมุนไพรที่แสดงตราสัญลักษณ์ไทยให้แก่ชาวไทยและต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการในประเทศ รวมทั้งสนับสนุนการผลิตเครื่องสำอางที่มีการใช้สมุนไพรภายในประเทศ ผลักดันนโยบายในการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนการส่งออกด้านภาคธุรกิจ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2559: ออนไลน์)

ด้านนโยบายการส่งเสริมการทำตลาด ภาครัฐโดย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมสมุนไพรในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการสมุนไพรอย่างครบวงจรในรูปแบบเครือข่ายสนับสนุนการทำงานร่วมกัน (networking) ผ่านกระบวนการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันด้วยความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบ สร้างกระบวนการ สร้างธุรกิจสร้างสรรค์ และสร้างเครือข่ายสนับสนุนการทำงานสู่การขยายผลเชิงพาณิชย์ โดยเริ่มตั้งแต่เข้าใจตลาดและรสนิยมผู้บริโภค ส่งเสริมให้มีการพัฒนา การผลิตที่ได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มศักยภาพทางการตลาดให้ผู้ประกอบการสมุนไพรผ่านช่องทางการตลาด การกระจายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่า

ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมและเป็นประโยชน์กับธุรกิจ พร้อมทั้งสนับสนุนด้านช่องทางการขายและการทดลองตลาดสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ และสนับสนุนเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจผ่านการสนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการสมุนไพรที่มีศักยภาพ เพื่อนำสินค้าสู่ช่องทางตลาด การตลาดออนไลน์ ทั้งนี้ เพื่อร่วมกันผลักดันงานวิจัยที่เกิดขึ้นให้สามารถเกิดการจับจ่ายได้ในเชิงพาณิชย์ เป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้สามารถพัฒนาได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนตามนโยบายของรัฐบาล (เทียนทิพย์ เดียวกี, 2561)

การพัฒนาหลักสูตรธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จะมีส่วนสำคัญที่จะทำให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรไทยอย่างมีคุณภาพ และเป็นการตอบสนองนโยบายการส่งเสริมการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรไทยของภาครัฐเพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
3. เพื่อประเมินหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ขอบเขตการวิจัย

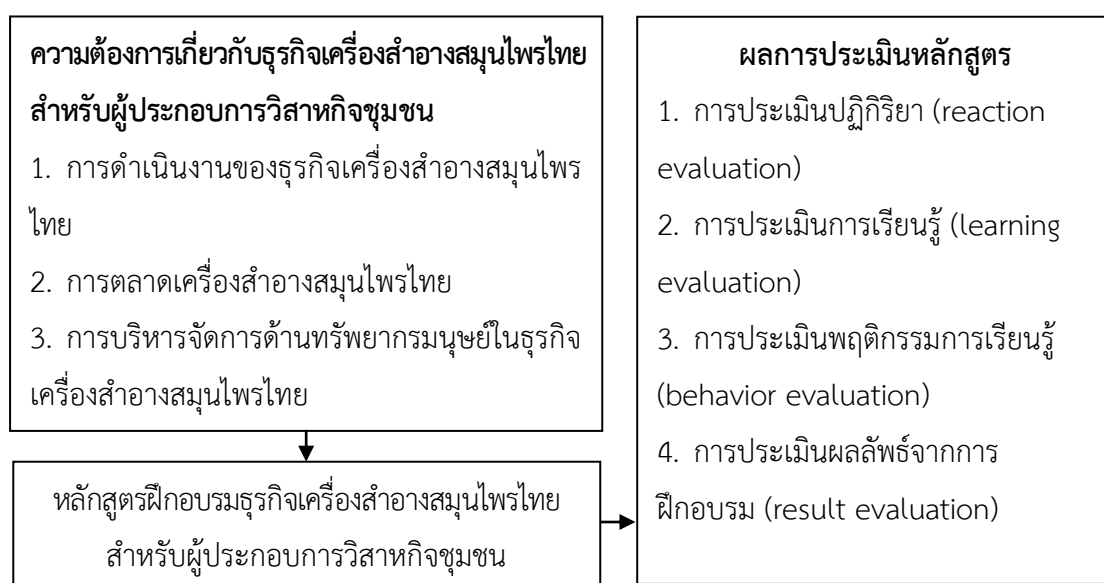
การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญ 11 คน 2) ผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินโครงสร้างหลักสูตร จำนวน 5 คน และ 3) ตัวแทนวิสาหกิจชุมชนจำนวน 30 ชุมชน ชุมชนละ 1 คน รวม 30 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การบริหารธุรกิจและงบประมาณชุมชน การสร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน การใช้สมุนไพรในงานสาธารณสุขมูลฐาน ประโยชน์และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพร ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการดูแลสภาพผิว การทำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร การวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพร การบริหารตลาด การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างโอกาสการขาย การพัฒนาทักษะด้านการขาย การวางแผนกำลังคนในวิสาหกิจชุมชน

3. ตัวแปรที่ศึกษา คือ การใช้หลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ตัวแปรตาม คือ ผลการประเมินหลักสูตร ได้แก่ 1) การประเมินปฏิกิริยา (reaction evaluation) 2) การประเมินการเรียนรู้ (learning evaluation) 3) การประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ (behavior evaluation) และ 4) การประเมินผลลัพธ์จากการฝึกอบรม (result evaluation)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยสามารถแสดงรายละเอียดได้ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นต่อการศึกษาความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยแบ่งขั้นตอนวิจัยเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 การดำเนินการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการของธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ คือ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 11 คน ได้แก่ รัฐมนตรีที่กำหนดนโยบายกองทุนหมู่บ้าน และผู้บริหารในธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยผู้วิจัยนำข้อมูลและรายละเอียดจากขั้นตอนที่ 1 มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

เพื่อให้หลักสูตรมีความสอดคล้องและเหมาะสม โดยในการสร้างหลักสูตรมีขั้นตอนการสร้างอยู่ทั้งหมด 3 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างโครงร่างหลักสูตร 2) การประเมินโครงร่างหลักสูตร และ 3) การทดลองใช้โครงร่างหลักสูตร โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่ประเมินโครงร่างหลักสูตร จำนวน 5 คน ระยะเวลาในการทดลองการใช้ร่างหลักสูตร 1 สัปดาห์ คือ ในช่วงวันที่ 16-23 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินหลักสูตรฝึกอบรมของธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยนำหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนไปทำการประเมินโดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนวิสาหกิจชุมชนในการเข้าร่วมอบรมจำนวน 30 ชุมชน ชุมชนละ 1 คน รวม 30 คน ได้จากเลือกแบบเจาะจงจากประชากร คือ ผู้นำวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปทุมธานี ที่เคยผ่านการเข้าร่วมโครงการพัฒนาองค์ความรู้ คณะกรรมการและสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง โดยสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง-แห่งชาติ ทั้งหมด 200 คน เพื่อเป็นการประเมินผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร ผู้วิจัยประเมินการทดลองใช้หลักสูตร โดยใช้แบบประเมินแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ (Kirkpatrick, 1998) 1) แบบประเมินปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม (reaction evaluation) 2) แบบประเมินการเรียนรู้ (learning evaluation) 3) แบบประเมินพฤติกรรมกรรมการเรียนรู้ (behavior evaluation) และ 4) แบบประเมินผลลัพธ์จากการฝึกอบรม (result evaluation) มีระยะเวลาในการดำเนินการฝึกอบรม จำนวน 2 วัน คือ วันที่ 15-16 สิงหาคม พ.ศ. 2561

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน พบว่า

1.1 ความรู้พื้นฐานให้กับวิสาหกิจชุมชนในหลาย ๆ ด้าน อาทิ การดำเนินงาน การวางแผนงบประมาณ การกำกับติดตาม การดำเนินธุรกิจ

1.2 ความรู้ในด้านความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสมุนไพร ในภูมิภาคต่าง ๆ รวมถึงสรรพคุณของยาสมุนไพรต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางสมุนไพร

1.3 สาธิตหรือฝึกสอนตัวอย่างของเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพร เพื่อสร้างความเข้าใจและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการผลิตในวิสาหกิจชุมชนของตนเอง

1.4 ส่งเสริมและแนะนำ การทำการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ทางการตลาด เทคนิคการขาย เพื่อเป็นการส่งเสริมให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

1.5 พัฒนาสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพให้แก่สมาชิก เช่น การศึกษาดูงาน การเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาและการวางแผนสมาชิก ให้มีความสอดคล้องกับภาระงานในวิสาหกิจชุมชนให้มีความสอดคล้อง และกำหนดคำตอบแทนให้มีความเหมาะสม

2. ผลการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยการสร้างเป็นโครงร่างหลักสูตรให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนโดยกำหนดเป็นหน่วยการเรียนรู้ และหัวข้อการเรียนรู้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แผนการฝึกอบรมที่ 1 การดำเนินงานของธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) ความรู้และความสำคัญของธุรกิจและวิธีการบริหารงบประมาณชุมชน 2) การสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ 3) ประโยชน์และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรและสารต่าง ๆ 4) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการดูแลสภาพผิว และ 5) การทำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร

แผนการฝึกอบรมที่ 2 การตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพรเพื่อการแข่งขัน และ 2) รู้เท่าทันตลาดเครื่องสำอาง

แผนการฝึกอบรมเรียนรู้ที่ 3 การบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) การพัฒนาทักษะสำหรับนักขายมืออาชีพ และ 2) การสรรหาและการถ่ายทอดงาน โดยผลการประเมินโครงร่างหลักสูตรแบ่งได้ 2 ส่วน คือ 1) การประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรมพบว่า การประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม ดังกล่าวในแต่ละปัจจัยใน 6 หัวข้อ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน มีความคิดเห็นเฉลี่ยต่อข้อ 4.60-4.80 และระดับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีระดับคะแนน 0.45-0.55 แสดงถึงระดับความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) การประเมินความสอดคล้องเนื้อหาหลักสูตร พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ได้ประเมินความสอดคล้องเนื้อหาในแต่ละหัวข้อและหน่วยฝึกอบรม พบว่ามีค่าระดับคะแนนในแต่ละข้ออยู่ในช่วง 0.80-1.00 แสดงถึงเนื้อหาในแต่ละหัวข้อมีความสอดคล้องที่ยอมรับและสามารถนำไปใช้ได้

ผลการทดลองใช้ร่างหลักสูตร มีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย (\bar{x}) อยู่ระหว่าง 3.70-4.90 และ SD อยู่ระหว่าง 0.31-1.12 แสดงถึง มีความระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วงมากถึงมากที่สุด

3. การประเมินหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลการศึกษาการประเมินหลักสูตรฝึกอบรมของธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ทำการประเมินผลใน 4 ระดับ ได้แก่ การประเมินปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม (reaction evaluation) การประเมินการเรียนรู้ (learning evaluation) การประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ (learning behavior evaluation) และการประเมินผลลัพธ์จากการฝึกอบรม (result evaluation) โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

3.1 การประเมินปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม (reaction evaluation) ผู้เข้ารับการอบรมมีระดับความพึงพอใจหลังการฝึกอบรมอยู่ในระดับมากที่สุด

3.2 การประเมินการเรียนรู้ (learning evaluation) พบว่า คะแนนการเรียนรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 การประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ (learning behavior evaluation) พบว่า หลังการติดตามผลหลังสิ้นสุดการฝึกอบรม 8 สัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเรียนรู้เพิ่มขึ้นมากกว่าหลังการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 การประเมินผลลัพธ์จากการฝึกอบรม (result evaluation) พบว่า หลังการติดตามผลหลังสิ้นสุดการฝึกอบรม 8 สัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างมีผลลัพธ์จากการฝึกอบรมเพิ่มขึ้นมากกว่าหลังการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางการวิจัยและกำหนดเป็นหัวข้อในการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านนโยบายภาครัฐทำให้ได้ผลการสัมภาษณ์ที่ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแบบสอบถาม ดังนี้ 1) ควรมีการสร้างความรู้พื้นฐานให้กับวิสาหกิจชุมชนในหลาย ๆ ด้าน อาทิ การดำเนินงาน การวางแผนงบประมาณ การกำกับติดตาม การดำเนินธุรกิจ 2) ควรมีการให้ความรู้ในด้านความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสมุนไพรในภูมิภาคต่าง ๆ รวมถึงสรรพคุณของยาสมุนไพรต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางสมุนไพร 3) ควรมีการสาธิตหรือฝึกสอน ตัวอย่างของเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพร เพื่อสร้างความเข้าใจและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการผลิตในวิสาหกิจชุมชนของตนเอง 4) ควรส่งเสริมและแนะนำการทำการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ทางการตลาด เทคนิคการขาย เพื่อเป็นการส่งเสริมให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และ 5) ควรมีการพัฒนาสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพให้แก่สมาชิก เช่น การศึกษาดูงาน การเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาและการวางแผนสมาชิกให้มีความสอดคล้องกับภาระงานในวิสาหกิจชุมชนให้มีความสอดคล้อง และกำหนดค่าตอบแทนให้มีความเหมาะสม โดยนำผลการวิจัยดังกล่าวมากำหนดเป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทย จำนวน 11 คน เพื่อให้ได้ปัจจัยกำหนดหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดเพื่อการดำเนินธุรกิจของ ชีริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552); วรณพร พุทธิภูมิพิทักษ์ (2556); ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552); ทวีชัย อุรกิจ และ ชุมพล รอดแจ่ม (2562: 165-177); Boone and Kurtz (2004), Kotler (2003); Kotler and Armstrong (1999); Kotler and Keller (2012) และแนวคิดลักษณะของการประกอบธุรกิจของสำนักงานส่งเสริม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557) ที่อธิบายว่า การตลาด (marketing) เป็นกระบวนการทางสังคมที่ตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้า และผู้ประกอบการหรือการค้าเนินธุรกิจที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจต่อความต้องการของผู้บริโภคและกลไกทางการตลาดเพื่อที่จะปรับหรือพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองต่อความพอใจของผู้บริโภค เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยกลไกทางการตลาดสามารถสร้างระบบการเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจ ทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกัน ตลอดจนเกิดแรงผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์หรือพัฒนาสินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีเข้าใจกลไกทางการตลาด เพื่อให้เกิดการตัดสินใจและวางแผน (planning) การดำเนินธุรกิจทั้งด้านการผลิต ราคา สถานที่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยทำการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามขั้นตอนการสร้าง 3 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างโครงร่างหลักสูตร 2) การประเมินโครงร่างหลักสูตร และ 3) การพัฒนาโครงร่างหลักสูตร โดยผู้วิจัยนำโครงร่างหลักสูตรดังกล่าวที่ได้จัดทำขึ้น เสนอต่อให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้พิจารณาถึงความเหมาะสมและความสอดคล้องของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม พร้อมทั้งผู้วิจัยนำโครงร่างหลักสูตรดังกล่าวมาทำการพัฒนาโครงร่างหลักสูตรโดยการทดลอง (Try Out) เพื่อวัดระดับค่าความพึงพอใจเฉลี่ยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ที่เป็นตัวแทนวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการพัฒนาโครงร่างหลักสูตรให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งการประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม พบว่า การประเมินความเหมาะสมของโครงร่างหลักสูตรฝึกอบรม ดังกล่าวในแต่ละปัจจัยใน 7 หัวข้อ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน ได้มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่อข้อ 4.60-4.80 และระดับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีระดับคะแนน 0.45-0.55 แสดงถึงระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดหลักสูตรเพื่อการฝึกอบรมของ Blanchard and Thacker (2007) ที่ได้อธิบายถึงกระบวนการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมว่า เป็นการจัดการกิจกรรมการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบตามขั้นตอน เพื่อให้เกิดการพัฒนาบุคลากรตามลำดับขั้น สามารถสร้างทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของการฝึกอบรม โดยจะต้องมีการร่างหลักสูตรก่อนการประเมินฝึกอบรม และสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรของ Nolker and Schoenfeldt (1980); Saylor, Alexander, and Lewis (1981) ที่ได้กล่าวถึงรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรเป็นวิธีการหรือแบบแผน การสร้างหลักสูตรเพื่อจัดประสบการณ์แก่ผู้เรียน และกระบวนการสร้างและทดสอบคุณภาพของหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นสามารถสร้างองค์ความรู้ เกิดการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตรได้อย่างสัมฤทธิ์ผล ซึ่งจะต้องมีการประเมินวัด เพื่อให้เกิดการนำเชื่อถือก่อนนำไปใช้จริง

การประเมินหลักสูตรฝึกอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยดังกล่าวทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ผ่านการประเมินหลักสูตร และนำมาอภิปรายผลการศึกษาเป็นประเด็นที่ค้นพบ ดังนี้

1. ความรู้และความสำคัญของธุรกิจและวิธีการบริหารงบประมาณชุมชน จากการวิจัย พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมากำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ความสำคัญของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ องค์กรประกอบการจัดโครงสร้างทางธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของการดำเนินงานทางธุรกิจ Kotler (2003) ที่กล่าวว่า องค์กรประกอบของการดำเนินการทางธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ประการสำคัญ คือ บุคคล (man) การจัดการดำเนินงานธุรกิจ (management) เงินทุน (money) อุปกรณ์และวัตถุดิบ (material) โดยต้องให้เกิดความคุ้มค่าอย่างสูงสุด

2. การสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จ จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมากำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การสร้างแรงบันดาลใจและการได้รับแรงบันดาลใจ การทำงานเป็นทีม เพิ่มการมีเครือข่ายมากขึ้น และการเรียนรู้เพื่อคุณภาพงานและสามารถแก้ปัญหาได้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชนิ เพ็ชรช่าง และคณะ (2559) ศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการธุรกิจสมุนไพรเพื่อส่งเสริมอาชีพท้องถิ่น จังหวัดอุดรธานี แบบครบวงจร” ผลการศึกษาพบว่า การสร้างเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ ส่งเสริมศักยภาพบุคลากรโดยการสืบทอดองค์ความรู้ด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ด้านสมุนไพรจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อก่อให้เกิดการสร้างแรงบันดาลใจและการได้รับแรงบันดาลใจ การทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรได้

3. ประโยชน์และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรและสารต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมากำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ความสำคัญและประโยชน์ของสมุนไพรแต่ละภูมิภาค ลักษณะของสมุนไพรในแต่ละภูมิภาค 5 กลุ่มโรคอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น และประเภทของสมุนไพรที่สามารถนำมาเป็นเครื่องสำอาง ผลการศึกษาดังกล่าว มีความสอดคล้องกับแนวคิดข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสมุนไพรไทยของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (2551) ที่อธิบายถึงการเลือกใช้ส่วนผสมของพืชสมุนไพร จะต้องมีความรู้และความเข้าใจชนิด และสรรพคุณของพืชในแต่ละส่วน เพื่อให้การใช้ประโยชน์ดังกล่าว เหมาะสมกับการรักษาหรือโรคนั้น ๆ

4. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการดูแลสภาพผิว จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมากำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ลักษณะและโครงสร้างของผิวหนัง วิธีการดูแลสภาพผิวแบบง่าย ๆ และประเภทของสมุนไพรแต่ละชนิดที่เหมาะสมกับสภาพผิวต่าง ๆ ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ

Chanchal and Swarnlata (2008) ศึกษาเรื่อง “แนวทางใหม่ในเครื่องสำอางสมุนไพร” ผลการศึกษาพบว่า ส่วนผสมของสมุนไพรและเครื่องเทศถูกนำมาเป็นส่วนผสมสำคัญในเสริมสร้างความงามของผู้บริโภค การประยุกต์ใช้พืชสมุนไพรเพื่อรักษาโรคผิวหนัง ส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรสมุนไพรที่สำคัญ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลสุขภาพที่ผู้บริโภคควรตระหนักเพื่อเป็นพื้นฐานในการดูแลสุขภาพผิวแบบง่าย ๆ และประเภทของสมุนไพรแต่ละชนิดที่เหมาะสมกับสภาพผิวต่าง ๆ

5. การผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร จากการวิจัยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมากำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประเภทของเครื่องสำอางสมุนไพรประเภทต่าง ๆ และสาธิตวิธีการสกัดและผลิตเครื่องสำอางสมุนไพร ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับประเด็นการประเมินคุณภาพและมาตรฐานของสมุนไพรไทย โดยสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินคุณภาพและมาตรฐานของสมุนไพรไทยของ อิศรา สุขธรรม (2557) ที่กล่าวว่า การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ภายใต้ประกาศการรับรองตำรับมาตรฐานยาสมุนไพรไทย (Thai Herbal Pharmacopeia: THP) นั้นผู้ผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรจะต้องมีความรู้และให้ความสำคัญกับประเภทของเครื่องสำอางสมุนไพรในประเภทต่าง ๆ รวมถึงวิธีการสกัดและผลิตเครื่องสำอางสมุนไพร เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมมาตรฐานการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพร

6. การวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าสมุนไพรเพื่อการแข่งขัน จากการวิจัยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมากำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ทิศทางของตลาดเครื่องสำอางสมุนไพร สอดคล้องกับแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 โดย กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (2559) อธิบายว่า 1) พัฒนาสมุนไพรต่อยอดทั้งด้านการรักษาและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น 2) สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่จะมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและภาคเศรษฐกิจ 3) การขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบเพื่อทำให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างเชื่อมโยงและครบวงจร และ 4) ทำให้เกิดความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

7. การรู้เท่าทันตลาดเครื่องสำอาง จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมากำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ หลักการตลาดเบื้องต้น เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด รวมถึงการทำตลาดออนไลน์ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดเพื่อการดำเนินธุรกิจของ อธิภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา (2552) ที่กล่าวว่า การตลาด (marketing) เป็นกระบวนการทางสังคมที่ตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้ประกอบการหรือการดำเนินธุรกิจ ที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจต่อความต้องการของผู้บริโภค และกลไกทางการตลาดเพื่อที่จะปรับหรือพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองต่อความพอใจของผู้บริโภค เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน ทราบถึง

กลไกทางการตลาดสามารถสร้างระบบการเชื่อมโยง เครือข่ายทางธุรกิจ ทำให้เกิดการพึ่งพาวาศัยกัน ตลอดจนเกิดแรงผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์หรือพัฒนาสินค้าและการบริการในรูปแบบต่าง ๆ มีความเข้าใจกลไกทางการตลาด เพื่อให้เกิดการตัดสินใจและวางแผน (planning) การดำเนินธุรกิจทั้งด้านการผลิต ราคา สถานที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สร้างแรงจูงใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับแนวคิดสภาพการณ์ด้านเศรษฐกิจของสมุณไพรไทยในปัจจุบัน

8. การพัฒนาทักษะสำหรับนักขายมืออาชีพ จากการวิจัยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมา กำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุณไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ทักษะการขาย และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าสำหรับผู้ให้บริการ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดเพื่อการดำเนินธุรกิจของ ชีริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2552) ที่กล่าวถึงทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการโดยจะต้องมีทักษะในด้านการตลาด (marketing) ซึ่งเป็นกระบวนการทางสังคมที่ตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้า ผู้ประกอบการหรือการดำเนินธุรกิจที่ต้องมีความรู้ความเข้าใจต่อความต้องการของผู้บริโภค และกลไกทางการตลาดเพื่อที่จะปรับหรือพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองต่อความพอใจของผู้บริโภค เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน มีกลไกทางการตลาดสามารถสร้างระบบการเชื่อมโยง เครือข่ายทางธุรกิจ ทำให้เกิดการพึ่งพาวาศัยกัน ตลอดจนเกิดแรงผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์หรือพัฒนาสินค้าและการบริการในรูปแบบต่าง ๆ มีความเข้าใจกลไกทางการตลาด เพื่อให้เกิดการตัดสินใจและวางแผน (planning) การดำเนินธุรกิจทั้งด้านการผลิต ราคา สถานที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงสร้างแรงจูงใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น (จุฑามาศ ทันธิกุล และ ชลภัสสรณ์ สิทธิวงค์ชัย, 2560: 54-66)

9. การวางแผนกำลังคนสำหรับวิสาหกิจชุมชน จากการวิจัยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำมา กำหนดเป็นหลักสูตรในการอบรมธุรกิจเครื่องสำอางสมุณไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การสรรหาและการถ่ายทอดงาน สอดคล้องกับแนวคิดทั่วไปในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของ จารุพงศ์ พลเดช (2551) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มี 3 รูปแบบ ได้แก่ การศึกษา การฝึกอบรม และการสนับสนุน ซึ่งจะมีขอบเขตการพัฒนาที่แตกต่างกัน การศึกษามีขอบเขตการพัฒนาที่กว้างและจะเริ่มแคบลงเมื่ออยู่ในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ส่วนการฝึกอบรมจะเน้นไปที่การปฏิบัติงาน ซึ่งจะดำเนินการกับกลุ่มบุคคล สำหรับการสนับสนุนมีจุดเน้นไปที่การปฏิบัติงานเช่นกัน แต่จะเฉพาะเจาะจงไปที่ตัวบุคคลมากขึ้น เพื่อส่งผลต่อในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านนโยบาย ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในทรัพยากร หรือสิ่งสนับสนุนต่าง ๆ อาทิ งบประมาณ บุคลากรที่ให้ความรู้เพื่อเป็นการส่งเสริมการประกอบวิสาหกิจดังกล่าวให้เกิดประสิทธิผล และบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของภาครัฐที่ตั้งไว้

2. ด้านการนำไปปฏิบัติ ควรนำข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ ในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการฝึกอบรมให้แก่บุคลากร ทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพให้แก่วิสาหกิจชุมชน

3. ควรนำผลจากการฝึกอบรมมาสร้างระบบการจัดการความรู้ รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมให้บุคลากรในแต่ละวิสาหกิจชุมชนได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่จะนำไปสู่การปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับสภาพพื้นที่และประเภทของการผลิตเครื่องสำอาง เนื่องจากประเภทและชนิดของเครื่องสำอางจากสมุนไพรที่นำมาเป็นส่วนผสมเป็นเครื่องสำอางมีความแตกต่างกัน ทำให้ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน

2. ควรมีการศึกษาวิจัยที่เป็นการขยายผลจากหลักสูตรธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนไปสู่การยกระดับเป็นธุรกิจลักษณะอุตสาหกรรมที่ทำให้ธุรกิจเครื่องสำอางของไทยเติบโตได้รวดเร็วขึ้น เนื่องจากเป็นการยกระดับขีดความสามารถให้กับผู้ประกอบการรายย่อยได้พัฒนาไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ขึ้นทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

3. ควรมีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรไทยในการสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้และทำให้ตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีความยั่งยืน เนื่องจากเป็นการเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการได้เข้าใจมุมมองในเชิงธุรกิจที่กว้างขึ้น ทำให้ประเทศมีศักยภาพในการแข่งขันกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ต่างประเทศได้อย่างมั่นคง

4. ควรมีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย สอดคล้องกับการแข่งขันทางเศรษฐกิจ รวมถึงบริบทของผู้เข้ารับการอบรม เพื่อให้สัมฤทธิ์ผลและมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการใช้ทรัพยากรการฝึกอบรม และผู้เข้ารับการอบรมได้ประโยชน์จากการอบรมมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2551). คู่มือการใช้สมุนไพรไทย-จีน. นนทบุรี. _____ . (2559). แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564. นนทบุรี.
- จารุพงศ์ พลเดช. (2551). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. เอกสารอัดสำเนา.
- จุฬามาศ ทันธิกุล และ ชลภัตสรณ์ สิทธิวงค์ชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรของบริษัท การ์เมนต์ จำกัด. วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. ปีที่ 2 มกราคม-ธันวาคม 2560: 54-66.
- ทวีชัย อุไรจิต และ ชุมพล รอดแจ่ม. (2562). ความรู้และความสามารถทางวิชาชีพของนักบัญชีตามมาตรฐานระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพในสถานประกอบการเขตอำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 5(2) มิถุนายน – กันยายน 2562: 165-177.
- เทียนทิพย์ เดียวกี. (2561). สวทช. หนุนสร้างเครือข่ายพัฒนาสมุนไพรครบวงจร. ค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/42869-สวทช.หนุนสร้างเครือข่ายพัฒนาสมุนไพรครบวงจร.html>
- จิรดา สุขธรรม. (2557). การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยด้วย Chromatographic fingerprints. วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ, 62(194): 10-12.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2552). การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2558). ทำไม? คนไทยไม่นิยมเครื่องสำอาง “สมุนไพรไทย.” ค้นเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://mgronline.com/science/detail/9580000028819>.
- พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558. (2558). ราชกิจจานุเบกษา, 132(86ก): 5-25.
- ภรภัทร จุตระกูล. (2561). กรมวิทย์ฯ ยกย่องมาตรฐานสมุนไพรไทย. ค้นเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.thaihealth.or.th/Content/41624-A2.html>.
- รัชณี เพ็ชรข้าง และคณะ. (2559). การบริหารจัดการธุรกิจสมุนไพร เพื่อส่งเสริมอาชีพท้องถิ่น จังหวัดอุดรดิตถ์ แบบครบวงจร. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 8(1), 62-78.
- วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์. (2556). หลักการตลาด. พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2559). อย. ส่งเสริมการใช้สมุนไพรในเครื่องสำอาง มั่นใจกับ “FDA Thai Herb.” ค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.fda.moph.go.th/Herb.pdf>.

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). **การจัดทำเนื้อหาองค์ความรู้ SMEs ภายใต้งานพัฒนาศูนย์ข้อมูล SMEs Knowledge Center ปี 2556**. กรุงเทพมหานคร.
- Blanchard, P. N., & Thacker, J. W. (2007). **Effective training: Systems, strategies, and practices**. 3rd ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2004). **Contemporary marketing**. 11th ed. Mason, Ohio: Thomson South-Western.
- Chanchal, D., & Swarnlata, S. (2008). *Novel approaches in herbal cosmetics*. **Journal of Cosmetic Dermatology**, 7: 89-95.
- Kirkpatrick, D. L. (1998). **Evaluating training programs: The four levels**. 2nd ed. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management**. 11th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). **Principles of marketing**. 8th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). **Marketing management**. 14th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Nolker, H., & Schoenfeldt, E. (1980). **Vocational training: Teaching, curriculum, planning**. Grafenau Bavaria, Germany: Expert Verlag.
- Saylor, J. G., Alexander, W. M., & Lewis, A. J. (1981). **Curriculum planning for better teaching and learning**. 4th ed. New York: Holt, Rinehart and Winston.