

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร จังหวัดนครปฐม

The Community Product Development towards OTOP Premium of Herbs Community Enterprise Group, Nakorn Prathom Province

เพ็ญศรี ฉรินัง¹, รัชยา ภัคจิตต์², ชมพูนุช หุ่นนา³, ศิริวัฒน์ เปลียนบางยาง^{4*}

Pensri Chirinang¹, Rachaya Pakdeejit², Chompoonuch Hunnak³, Siriwat Plainbangyang^{4*}

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2,3,4}

Master of Public Administration Program, College of Innovation Management,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin^{1,2,3,4}

* Corresponding author: Siriwat Plainbangyang

pensri.chi@rmutr.ac.th¹, rachaya_pa@yahoo.co.th²,

chompoonuch7229@gmail.com³, mewsiriwat@gmail.com⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม 2) ระบุสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม 3) เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 124 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำนโยบายของภาครัฐด้านวิสาหกิจชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปไปปฏิบัติ รวมทั้งสิ้น 23 คน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมยังมีปัญหาในด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการเงินและบัญชี ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านการตลาด และด้านการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 3) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องบูรณาการร่วมกัน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียม

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, โอท็อปพรีเมียม, วิสาหกิจชุมชน, สมุนไพร, จังหวัดนครปฐม

Abstract

The objectives of this research were: 1) to analyze the potential of herbal community enterprises in Nakhon Pathom Province; 2) to identify problems in the development of local products to become OTOP Premium of herbal community enterprises in Nakhon Pathom Province; 3) to propose development guidelines. Local products to become OTOP PREMIUM of herbal community enterprises in Nakhon Pathom Province. This research is a combined research method. The population for quantitative research consisted of 124 community enterprise management committee members. Data were collected by questionnaires, and analyzed using basic statistics. For qualitative research: Key informants are government policy leaders on community enterprises and OTOP product development, a total of 23 people, collected data using in-depth interviews and analyzed by thematic analysis.

The results showed that 1) The herbal community enterprise group in Nakhon Pathom Province had a moderate level of overall potential; 2) the herbal community enterprise group in Nakhon Pathom province still had problems in production, product development and packaging, environmentally friendly production, finance and accounting, human resources, marketing, and creativity and creating added value; and 3) guidelines for developing local products to become OTOP premiums of the herbal community enterprise group in Nakhon Pathom province, the relevant agencies, both government and private sectors, and community enterprises must integrate together to become OTOP Premium.

Keywords: Community Product Development, OTOP Premium, Community Enterprise Group, Herbs, Nakorn Prathom Province

บทนำ

ประเทศไทยได้ปรับทิศทางการพัฒนาโดยน้อมนำกระแสพระราชดำริสปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศ รัฐบาลปัจจุบันมีแนวนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชนให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระดับชาติและระดับท้องถิ่น ดังนั้น แนวนโยบายของรัฐบาลจึงมีการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน และการพัฒนาทุนภูมิปัญญาในหลาย ๆ ด้าน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมและกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) (กรมประชาสัมพันธ์, 2559) แม้รัฐบาลจะมีการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของประชาชนอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาการขาดการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การขาดทักษะการผลิตและการตลาด และขาดการทำวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมการผลิต (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐม, 2563) เป็นเหตุให้วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในปัจจุบัน

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ Howkins (2002) ให้ทัศนะว่าเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จังหวัดนครปฐมมีวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการโอท็อปจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากเกษตรพื้นฐานซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียม (OTOP Premium) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร จังหวัดนครปฐม จึงเป็นการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดนครปฐม

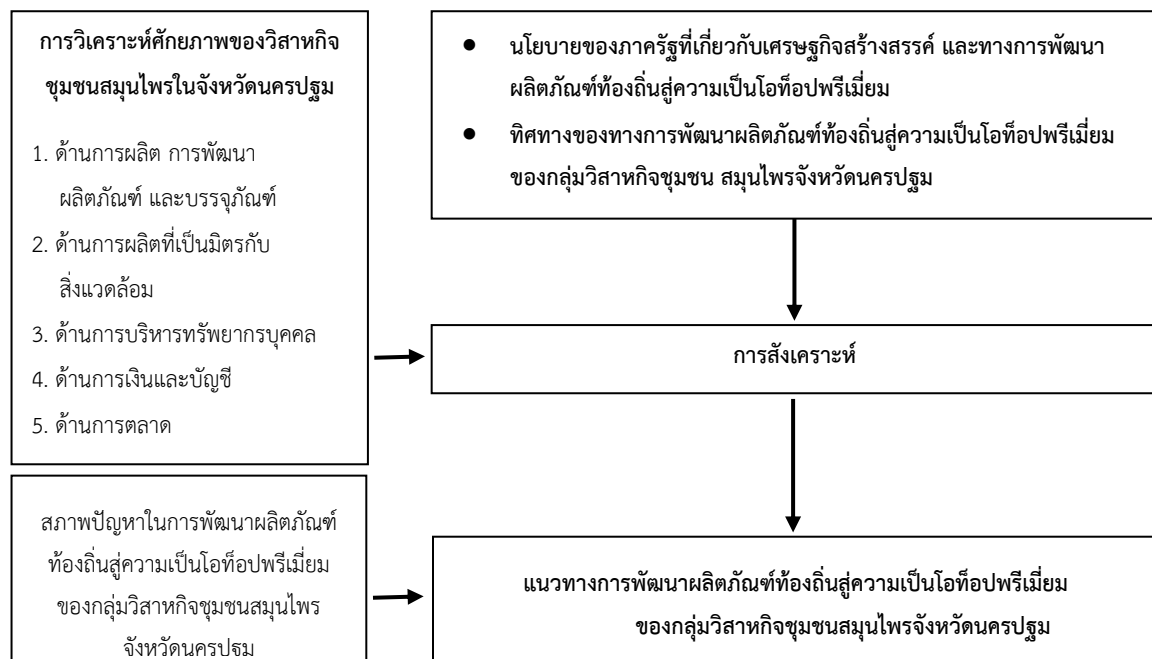
คณะผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่องนี้ เพื่อเป็นแนวทางที่สำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อป นำไปสู่การขยายผลก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาแบบบูรณาการ เป็นแนวทางการกำหนดกรอบนโยบายในระดับประเทศ เพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนา และรองรับการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อระบุสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียม (OTOP Premium) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียม (OTOP Premium) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้บูรณาการกรอบแนวคิดมาจากแนวคิดการเชื่อมโยงคุณค่า หรือโซ่ร้อยค่านิยมของ Porter (1985) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Howkins (2002) และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการของ Neely และคณะ (2002) และ Finkelstein & Hambrick (2006) เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 124 คน ประกอบด้วย ประธานกรรมการวิสาหกิจชุมชน กรรมการฝ่ายற்றுณิก กรรมการฝ่ายบัญชีและการเงิน และกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำนโยบายของภาครัฐด้านวิสาหกิจชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อปไปปฏิบัติ จำนวน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐม เกษตรอำเภอ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด รวมทั้งสิ้น 23 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือสำหรับการวิจัย คือ แบบสอบถาม เกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม โดยสร้างเป็นแบบสอบถาม ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สอบถามเกี่ยวกับระดับความจำเป็นขององค์ประกอบในลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียม และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยอาศัยกรอบแนวคิดเป็นตัวกำหนดในการตั้งประเด็นคำถาม

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ความชัดเจนของข้อความ และภาษาที่ใช้ เพื่อให้ข้อคำถามครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-กรกฎาคม พ.ศ. 2565 โดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา บทความ วารสารวิชาการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (Internet) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถาม เกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม ได้จำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 124 ชุด

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยวิธีการจดบันทึกและการบันทึกเสียง จากนั้นนำมาวิเคราะห์ แยกแยะ จับประเด็น เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

5.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อให้ทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และแจกแจงของตัวแปรโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ของแต่ละรายการ

5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม โดยหาคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อพิจารณาประเด็นที่มีความเหมือนกันหรือต่างกัน โดยศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร จังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ด้าน โดยด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 รองลงมา คือ ด้านการเงินและบัญชี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 ด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ด้านการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และพบว่าวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการตลาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมเป็นรายด้าน และภาพรวม

(N = 124)

ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม	Mean	S.D.	แปลความ	ลำดับ
1. ด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์	3.01	.93	ปานกลาง	4
2. ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.05	.72	ปานกลาง	3
3. ด้านการเงินและบัญชี	3.14	.92	ปานกลาง	2
4. ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	3.39	.78	ปานกลาง	1
5. ด้านการตลาด	2.34	.74	น้อย	6
6. ด้านการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม	3.00	.73	ปานกลาง	5
รวม	2.99	.59	ปานกลาง	

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐมมีรายละเอียดสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัญหาด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลทางธุรกิจ และปัญหาการขาดวัตถุดิบ ตามลำดับ

ปัญหาด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีแผนรองรับในปัญหาการผลิตที่ก่อให้เกิดมลภาวะกับสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ขาดความรู้และทักษะในการจัดมลภาวะ ขาดอุปกรณ์และเทคโนโลยีในการจัดมลพิษและปัญหาการขาดวัตถุดิบ และแรงงานไม่เพียงพอในการแก้ปัญหาด้านการจัดการมลภาวะ ตามลำดับ

ปัญหาด้านการเงินและบัญชี พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีหลักฐานทางการเงินที่น่าเชื่อถือและถูกต้องประกอบการกู้ยืม รองลงมา คือ ปัญหาความซับซ้อนจากการกู้เงินจากธนาคาร ไม่มีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการหาเงินทุน การขาดสภาพคล่องมีเงินสดหมุนเวียนภายในธุรกิจ และภาระจากการกู้ยืมระบบ ตามลำดับ

ปัญหาด้านทรัพยากรบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายแรงงาน รองลงมา คือ ปัญหาด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ แรงงานขาดความรู้และทักษะ และแรงงานไม่เพียงพอ ตามลำดับ

ปัญหาด้านการตลาด พบว่า ส่วนใหญ่ขาดความรู้ด้านการตลาดในต่างประเทศ รองลงมา คือ ขาดทักษะทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดทางสื่อออนไลน์ ปัญหาด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ และขาดความรู้ด้านการตลาดในประเทศ ตามลำดับ

ปัญหาด้านด้านการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม พบว่า ส่วนใหญ่ขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย รองลงมา คือ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผลิตภัณฑ์ขาดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ และขาดความรู้ในการดูแลรักษาเทคโนโลยี ตามลำดับ

สำหรับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ด้านการผลิต พบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังประสบปัญหาหลากหลายส่วน การผลิตต้องใช้งบประมาณสูง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีการวางแผนการผลิตไว้ล่วงหน้า เครื่องจักรที่ใช้ในปัจจุบันเป็นเครื่องจักรรุ่นเก่า ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นของสมุนไพรที่แรงและเก็บไว้ได้ไม่นาน ขาดแรงงานในกระบวนการต่างๆ การจ้างแรงงานมีราคาแพง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้ในการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีกระบวนการที่ยุ่งยาก ต้องใช้ระยะเวลา และเงินทุนมาก

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐานและเป็นสมุนไพรที่ยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนยา บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมและไม่เป็นที่สนใจของตลาด งบประมาณในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ต่อเนื่อง เจ้าหน้าที่รัฐขาดองค์ความรู้ในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเจ้าหน้าที่รัฐและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดความเข้าใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ของจังหวัดนครปฐมไม่มีปัญหาในเรื่องนี้ เนื่องจากเน้นการปลูกสมุนไพรและรับซื้อวัตถุดิบหรือผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นส่วนผสมสำคัญในการผลิตจากต่างพื้นที่

ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดแรงงานในการดำเนินงาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการแบ่งภาระหน้าที่ในแต่ละกระบวนการ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมองว่า การรวมกลุ่มเป็นเพียงอาชีพเสริมหรือรายได้เสริมเท่านั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดการสืบทอดภูมิปัญญา ขาดทักษะ และขาดการนำเทคนิควิธีการสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้

ด้านการตลาด พบว่า หน่วยงานภาครัฐไม่สนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปส่วนใหญ่ยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ออย. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขาดการยอมรับจากผู้บริโภค กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้ทางด้านการตลาด ทั้งการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการทำตลาดเชิงรุก การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์กับอุปทาน

ด้านการเงินและบัญชี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดเงินทุนและขาดความรู้ด้านการเงินในการดำเนินกิจกรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้เรื่องการจัดการด้านบัญชี จึงไม่มีการจัดทำบัญชีอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

ด้านการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม พบว่า การขาดเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะนำมาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขาดบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญมาช่วยดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังยึดติดกับรูปแบบปฏิบัติในแบบเดิม ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขาดอัตลักษณ์และความโดดเด่นเฉพาะตัว

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการผลิต

(1) การบริหารจัดการโรงพยาบาลศูนย์สมุนไพรระดับภูมิภาค ควรมีการบริหารจัดการและวางแผนในการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ คือ การส่งเสริมให้กับเกษตรกรได้ปลูกสมุนไพรตามความต้องการของตลาดและตามความต้องการของโรงพยาบาล กลางน้ำ คือ การรับซื้อผลิต และปลายน้ำ คือ การจำหน่ายที่โรงพยาบาลศูนย์สมุนไพร ระดับภูมิภาค โดยเน้นการนำสมุนไพรที่ผลิตมาใช้ในการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลศูนย์สมุนไพร ระดับภูมิภาคเป็นหลัก

(2) ภาครัฐควรสนับสนุนเรื่องเครื่องมือที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการวิจัย กระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย เพื่อประกันว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดแก่ผู้บริโภค

(3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรต้องพัฒนาตัวเองเรื่องการบริหารจัดการ โดยนำนวัตกรรมและ เทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการต่าง ๆ โดยต้องไม่ทิ้งรากเหง้า คือ ภูมิปัญญาด้านสมุนไพร เนื่องจากภูมิปัญญาด้านสมุนไพรจะก่อให้เกิดการส่งต่อภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น และนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ที่ยั่งยืนบนพื้นฐานของภูมิปัญญาไทย

(4) การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถคงสภาพหรือคุณภาพได้นาน การแปรรูปจึงมีความสำคัญเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถคงไว้ซึ่งคุณค่าและสรรพคุณที่ดีของสมุนไพร

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

(1) การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยการบูรณาการจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร รวมทั้งสถาบันการศึกษา เพื่อมาช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์และให้คำปรึกษากับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

สมุนไพรให้สามารถสร้างต่อยอดหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม ควบคู่ไปกับตราสัญลักษณ์ ที่มีความสวยงาม สะดวกในการใช้งาน ทันสมัยและตอบโจทย์ เพื่อสร้างการจดจำแก่ผู้บริโภค

(2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้เครื่องหมาย ออย. เนื่องจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอยู่ในการควบคุมกำกับดูแลของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและกระบวนการยื่นขอตรารับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์สมุนไพรแก่ผู้บริโภค

(3) การแปรสภาพเป็นยา เนื่องจากสมุนไพรจะมีปัญหาในการเก็บรักษาเพื่อคงคุณภาพและสรรพคุณทางการรักษาของสมุนไพร ดังนั้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เป็นยาจะสามารถคงคุณภาพและสรรพคุณต่าง ๆ ได้นานกว่าเดิม

ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(1) การบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(2) การนำยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนธุรกิจที่ประเทศไทยใช้ในปัจจุบัน คือ BCG Economy Model (โมเดลเศรษฐกิจหมุนเวียนแบบใหม่) มาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐม

ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

(1) ภาครัฐควรพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรให้สามารถผลิตสมุนไพรที่มีคุณภาพหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

(2) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชนตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

ด้านการตลาด

(1) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ป่วยที่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในการรักษาด้วยการแพทย์แผนไทย

(2) ภาครัฐควรส่งเสริมตลาดสมุนไพร ตลอดจนการทำตลาดด้วยแนวคิด สินค้าต้องมีเรื่องเล่า เพื่อสร้างความสนใจจากผู้บริโภค และต้องเพิ่มช่องทางทางการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

(3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรให้เป็นที่แพร่หลาย และกำหนดนโยบายสนับสนุนการใช้สมุนไพรพื้นบ้านในการดูแลสุขภาพที่ชัดเจนและต่อเนื่อง

(4) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาสามัญประจำบ้านแผนโบราณ เพื่อส่งเสริมการนำยาแผนไทยหรือยาที่ผลิตจากสมุนไพรไปใช้มากขึ้น และเป็นทางเลือกให้ประชาชนในการดูแลสุขภาพจากอาการเจ็บป่วยที่ไม่รุนแรง

(5) การตลาดในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงดูแลสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวแบบดูแลสุขภาพ มาดู มาเห็น มาทดลอง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และสร้างความมั่นใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(6) การส่งเสริมการจับคู่พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Matching)

ด้านการเงินและบัญชี

(1) รัฐควรช่วยสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจที่ยังมีทุนทรัพย์ไม่พอ แต่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอด หรือให้คำปรึกษาหรือข้อเสนอแนะในด้านต่างๆ เช่น การแก้ปัญหาในการดำเนินการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการเขียนโครงการเพื่อขอการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น

ด้านการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม

(1) การเล่าเรื่องสมุนไพร (Story Telling) โดยใช้เทคนิคการสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับสมุนไพร มีการนำเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละชุมชนมาช่วยสร้างคุณค่า ความประทับใจ และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

(2) การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน เพื่อช่วยกันยกระดับศักยภาพสินค้าโอท็อปสมุนไพรที่มีความโดดเด่นและมีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าโอท็อป รวมไปถึงการตลาดที่ต้องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนไปพร้อมๆ กัน

(3) การสนับสนุนทางวิชาการ โดยการรวบรวมความรู้และมีศูนย์ข้อมูลสมุนไพร การวิจัยการใช้สมุนไพร การใช้สมุนไพรในการรักษาผู้ป่วย เพื่อให้คนในชุมชนคิดต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่ม

อภิปรายผล

สภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม พบว่า

1. ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเงินและบัญชี ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และด้านการตลาด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลริศา คำสิงห์ (2563) พบว่า วิสาหกิจชุมชนใช้สมุนไพรที่ปลูกในชุมชนและจากป่ามาใช้ประโยชน์โดยมิให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่เป็นการทำลายสมุนไพรในป่า ประกอบกับองค์การบริหารส่วนตำบลหนองคูจัดทำโครงการส่งเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ในครัวเรือน โดยน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการปลูกเพื่อไว้ใช้ประโยชน์ในครัวเรือนและจำหน่าย และพัฒนาต่อยอดด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร งานวิจัยของ เขมิกา สงวนพวก และจิตรลดา รอดพลอย (2564) พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความสามัคคี รับฟังเหตุผลของกันและกัน และส่วนใหญ่มีประธานกลุ่มที่เข้มแข็ง

2. สภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่ไม่มีแผนรองรับในปัญหาด้านการผลิตที่ก่อให้เกิดมลภาวะกับสิ่งแวดล้อม ด้านการเงินและบัญชี ส่วนใหญ่ไม่มีหลักฐานทางการเงินที่น่าเชื่อถือและถูกต้องประกอบการกู้ยืม ด้านทรัพยากรบุคคล ส่วนใหญ่ขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายแรงงาน ด้านการตลาด ส่วนใหญ่ขาดความรู้ด้านการตลาดในต่างประเทศ ด้านการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่วนใหญ่ขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชยา ภักดีจิตต์และคณะ (2560) พบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรม SMEs เพื่อชุมชน คือ 1) ด้านการตลาด ได้แก่ การขาดความรู้ด้านการตลาดต่างประเทศ 2) ด้านการผลิต ได้แก่ ขาดความรู้ในการผลิต ขาดความรู้ในการควบคุมคุณภาพการผลิต 3) ด้านทรัพยากรบุคคล ได้แก่ การขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการ ขาดบุคลากรที่มีความสามารถด้านการตลาดต่างประเทศ รวมถึงการใช้ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ 4) ด้านการเงินและบัญชี ได้แก่ การขาดเงินทุน 5) ด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมได้แก่ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงการขาดความรู้และทักษะในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ งานวิจัยของ เขมิกา สงวนพวก และจิตรลดา รอดพลอย (2564) พบว่า

ปัญหาของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ขาดเงินทุนสนับสนุน ขาดเทคโนโลยีการผลิต ขาดการรับรองมาตรฐานสินค้า บรรจุภัณฑ์ ไม่สะอาด ขาดการประชาสัมพันธ์ และความล่าช้าในการจัดหาวัตถุดิบภายนอก

3. แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การบริหารทรัพยากรบุคคล การตลาด การเงินและบัญชี และการคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชยาภักดีจิตต์และคณะ (2560) พบว่า รูปแบบการพัฒนาขีดความสามารถทางการค้า การลงทุนเพื่อเข้าสู่ AEC สำหรับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อชุมชน คือ 1) แรงขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจที่เกิดจากทั้งในและระหว่างประเทศ 2) กลยุทธ์ธุรกิจองค์การ กลยุทธ์ด้านการตลาด และการสร้างโอกาสใหม่ทางธุรกิจในการลงทุนทั้งในประเทศและประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ ได้แก่ ด้านการผลิตสินค้า ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาศักยภาพให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล และมีจัดการด้านสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสม การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3) การสร้างระบบความร่วมมือเครือข่ายกับภาคเอกชน เช่น หอการค้า สมาคม และการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายตลาดภายในและตลาดต่างประเทศในภูมิภาคอาเซียน งานวิจัยของ เขมิกา สงวนพวง และจิตรลดา รอดพลอย (2564) พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน คือ การฝึกอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปสมุนไพรให้กับคนรุ่นใหม่ในชุมชน เพื่อสืบสานภูมิปัญญาให้คงอยู่ต่อไป การศึกษาดูงานในชุมชนอื่น ๆ เพื่อการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และเพิ่มพูนองค์ความรู้ และการทำงานที่เป็นระบบมากขึ้น การฝึกอบรมด้านการวางแผนบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนในแต่ละเดือนให้รอบคอบ และเก็บสะสมไว้เป็นเงินออมเพื่อรองรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน การฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิต การแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ ในด้านเงินทุน เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าให้ได้ขึ้นทะเบียนอาหารและยา หรือมาตรฐานอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

1. ควรมีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ และสร้างความเข้มแข็งทั้งด้านการบริหารจัดการ การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การเงิน การคิดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่ม และการมีส่วนร่วม อาจรวมถึงการกำหนดเป็นนโยบายหรือวางแผนเชิงบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสู่ความเป็นโอท็อปพรีเมียมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอย่างเป็นรูปธรรม

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเทคโนโลยีและข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการตลาดออนไลน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรร่วมกันประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของสมุนไพรในการดูแลสุขภาพและรักษาสุขภาพให้เป็นที่แพร่หลาย

4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและกระบวนการยื่นขอตรารับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์สมุนไพรแก่ผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในจังหวัดนครปฐม และเพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ได้ ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในจังหวัดต่างๆ หรือระดับกลุ่มจังหวัด เพื่อให้ทราบปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรแต่ละที่ และนำแนวความคิดการจัดการโซ่อุปทานมาเชื่อมโยงสร้างแนวทางร่วมกันในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจากเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม แผนปฏิบัติการด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์ รัฐบาลไทย. (2559). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ของประเทศไทยและนโยบายประเทศไทย 4.0*. สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2564, จาก https://data.opendevelopmentmekong.net/library_record/thailand-s-20-year-national-strategy-and-thailand-4-0-policy
- กุลริศา คำสิงห์. (2563). การพัฒนารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร ตำบลหนองคู อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม. *Journal of Modern Learning Development*. 5(2), 130-143.
- เขมิกา สงวนพวง และจิตรา รอดพลอย. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้านในตำบลบ้านทราย อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. 4(3), 64-84.
- รัชยา ภักดีจิตต์, อิทธิกร ขำเดช และเอก ชุมหัชชราชัย. (2560). การพัฒนาขีดความสามารถทางการค้าการลงทุนเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำหรับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อชุมชนและท้องถิ่นไทย. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*. 9(2), 187-230.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐม. (2563). *วิสาหกิจชุมชนของจังหวัดนครปฐม*. สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.nakornprathom.go.th>
- Finkelstein, S., & Hambrick, D. C. (1996). *Strategic Leadership: Top Executives And their Effects on Organizations*. St. Paul, MN: West.
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin.
- Neely, A., Adams, C., & Kennerley, M. (2002). *The performance prism: The scorecard for measuring and managing business success*. Harlow: Pearson Education.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior*. NY: The Free Press.

Translated Thai References

- Khumsing, K. (2020). Model Development of Marketing Mix Styles of Community Enterprises Medicinal Plants Group, Nong Khu Subdistrict, Na Dun District, Maha Sarakham Province. *Journal of Modern Learning Development*. 5(2), 130-143. (in Thai).
- Nakhon Pathom Provincial Community Development Office. (2020). *Community Enterprise of Nakhon Pathom Province*. Retrieved from <http://www.nakornprathom.go.th> (2020, 30 October). (in Thai).
- Phakdichit, R., Khamdet, I. & Chunhachatcharachai, E. (2017). Developing Trade and Investment Capabilities to Enter the ASEAN Economic Community For SMEs entrepreneurs, industrial groups for communities and local Thais. *Journal of Politics Administration and Law*. 9(2), 187-230. (in Thai).
- Public Relations Department of the Government of the Kingdom of Thailand. (2016). *Thailand's 20-Year National Strategy and Thailand 4.0 Policy*. Retrieved from https://data.opendevelopmentmekong.net/library_record/thailand-s-20-year-national-strategy-and-thailand-4-0-policy (2020, 29 October). (in Thai).
- Sa-nguanpauk, K. & Rodploy, J. (2021). Approaches for Potential Development of a Local Herb Processing Community Enterprise in Ban Sai Subdistrict, Ban Mi District, Lop Buri Province. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*. 4(3), 64-84. (in Thai).