

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีส่วนประกอบสองชนิด คือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดต่อไป

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

เอกสารที่เกี่ยวข้องมีหลายเรื่อง คือ การวิจัยและพัฒนากับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แนวคิดของกลุ่มและวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนสวนทุเรียนลำปางสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของเศรษฐกิจชุมชน แนวคิดด้านบรรณารักษ์และการออกแบบ ซึ่งมีรายละเอียดคือ

1.1 การวิจัยและพัฒนากับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

มีเนื้อหาครอบคลุมการวิจัยและพัฒนาและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

(1) การวิจัยและพัฒนา เป็นปัจจัยการผลิตอีกปัจจัยหนึ่งที่เริ่มเข้ามามีบทบาท และมีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจเอกชนในอุตสาหกรรมของประเทศไทย ปัจจุบัน พบว่าค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนามีส่วนในการกำหนดการเจริญเติบโตของประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม นอกจากนั้นค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาที่มีผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศถึงร้อยละ 47.7 ซึ่งมากกว่าปัจจัยการผลิตด้านทุนและแรงงาน ดังจะเห็นได้จากประเทศที่พัฒนาแล้วหลาย ๆ ประเทศ รวมทั้งประเทศอุตสาหกรรมใหม่ต่างเห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาและทุ่มเทการทำวิจัยและพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยี นวัตกรรม ให้สูงขึ้นควบคู่ไปกับการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ภาครัฐและภาคเอกชนมีความร่วมมือกันในการค้นคว้าและวิจัยสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมีการใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับประเทศไทย ทำให้ประเทศดังกล่าวเจริญเติบโตบนพื้นฐานที่มั่นคง

ความหมายของการวิจัยและพัฒนา (research and development) หมายถึง งานที่มีลักษณะสร้างสรรค์ ซึ่งกระทำอย่างเป็นระบบมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มองค์ความรู้ รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับ

มนุษย์ วัฒนธรรมและสังคม แล้วนำความรู้ดังกล่าวไปใช้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เป็นกระบวนการนำเอาผลการวิจัยไปสู่การปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เจริญและดีขึ้น และดำเนินการวิจัยกระบวนการที่เกิดขึ้นเหล่านั้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่สูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด สำหรับประเภทของการวิจัยและพัฒนา สามารถจำแนกประเภทได้สามประเภทดังนี้ คือ ประเภทแรก การวิจัยพื้นฐาน (basic research) เป็นการศึกษาค้นคว้าโดยมุ่งที่จะเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้กว้างขวาง และลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการนำเอาความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยนั้นไปใช้ในทางปฏิบัติ ประเภทที่สอง การวิจัยประยุกต์ (applied research) เป็นการศึกษาค้นคว้าเพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะนำเอาผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่หรือวิธีปฏิบัติที่มีอยู่ให้ดีขึ้น เช่น การปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบ กระบวนการผลิต หรือเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น และประเภทสุดท้าย การพัฒนาทดลอง (experimental) เป็นการศึกษาอย่างมีระบบ นำความรู้ที่มีอยู่แล้วจากการวิจัยหรือจากประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ผลิตผลและเครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อสร้างขบวนการ ระบบและการให้บริการใหม่ขึ้น และปรับปรุงสิ่งที่ประดิษฐ์หรือก่อตั้งขึ้นแล้วให้ดีขึ้น

(2) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เป็นการนำแนวคิดและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการศึกษา โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการวิจัยมีส่วนร่วมกันแสวงหารูปแบบ หรือวิธีการแก้ปัญหาของตน เน้นการพัฒนาความสำนึกในการวิเคราะห์วิจารณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงสถานะความเป็นอยู่และชีวิต ตลอดจนแปลงสภาพโครงสร้างและความสัมพันธ์พื้นฐานในสังคมของตน ซึ่งเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง และเป็นการคืนอำนาจการตัดสินใจให้แก่ประชาชนอย่างสมบูรณ์แบบ เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือองค์กรจากภายนอกทำหน้าที่เป็นเพียงที่ปรึกษาหรือผู้ประสานงาน

ความหมายของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ คือ เป็นรูปแบบของการรวบรวมปัญหา หรือคำถามจากการสะท้อนการปฏิบัติงาน (collective self-reflective enquiry) ของกลุ่มผู้ปฏิบัติงานสังคมใดสังคมหนึ่ง เพื่อต้องการที่จะพัฒนาหาหลักสูตรเหตุผลและวิธีการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้รูปแบบหรือแนวทางไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพของการปฏิบัติงานนั้น ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติการนั้น ๆ ให้สอดคล้องกับภาวะของสังคมและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งต้องการการมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน ลักษณะของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การวางแผนการปฏิบัติ การสังเกต การสะท้อนการปฏิบัติ การปรับปรุงแผนเพื่อนำไปปฏิบัติในวงจรต่อไปจนกว่าจะได้รูปแบบของการปฏิบัติงานที่พึงพอใจ ซึ่งต้องมีความยืดหยุ่นสูง และไม่ควรถูกกำหนดเวลาในการวิจัย หรือกิจกรรมที่ล่วงหน้า รวมทั้งตระหนักถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าภูมิปัญญาของนักวิชาการ สามารถสรุปลักษณะสำคัญของการวิจัย

เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้แก่ประการ ดังนี้ หนึ่ง เป็นการพัฒนากิจกรรมโดยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง (improving by changing) สอง เป็นการวิจัยที่อาศัยการมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน (collaborative or participatory action research) สาม เป็นการทดลองปฏิบัติโดยอาศัยเทคนิคการสะท้อนของบุคคลกร หรือกลุ่มในกระบวนการวางแผน ปฏิบัติ สังเกต สะท้อนการปฏิบัติงานและปรับปรุงแผน เพื่อพัฒนาให้ดีขึ้นในวงจรการทดลองปฏิบัติในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ สี่ เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์อย่างลึกซึ้ง (critical analysis) เพื่อความเข้าใจในสถานการณ์อย่างแท้จริงตามธรรมชาติของสถานการณ์นั้น ๆ ไม่ใช่เป็นการแก้ปัญหาผิวเผิน ห้า เป็นกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ เรียนรู้เกี่ยวกับกิจกรรมที่ศึกษา เรียนรู้วิธีการที่จะพัฒนากิจกรรมนั้น หก เป็นกระบวนการด้านการเมือง (political process) เพราะการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงมักจะมีการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเสมอ การต่อต้านนี้เกิดขึ้นทั้งผู้วิจัยและผู้ปฏิบัติงาน เจ็ด เป็นการบันทึกความก้าวหน้าและบันทึกการสะท้อนการปฏิบัติของกลุ่มอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับกิจกรรมที่ศึกษาและวิธีการศึกษา แปด เป็นการสร้างทฤษฎี โดยหาเหตุผลของการปฏิบัติจากปรากฏการณ์ที่ศึกษาแล้วนำมาประมวลเป็นข้อเสนอเชิงทฤษฎี (proposition) และสรุปเป็นหลักการภายหลัง และ เก้า เป็นการศึกษาเริ่มจากวงจรถ็อง (กลุ่มเล็ก) หรือแม้แต่ผู้วิจัยเพียงคนเดียวแล้วจึงขยายเป็นวงจรถ็องใหญ่ (กลุ่มใหญ่) เช่น หอผู้ป่วย แผนก ภาควิชา โรงพยาบาล

ประโยชน์ของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมีสี่ประการ คือ ประการแรก ให้ความสำคัญและเคารพความรู้พื้นฐาน ด้วยการยอมรับและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ คือ ยอมรับว่าความรู้พื้นฐานและระบบการสร้างความรู้ในรูปแบบอื่นยังคงมีปฏิบัติอยู่ในหมู่คนจน เพื่อแก้ไขปัญหาและเพื่อการดำรงชีวิตของเขา ประการที่สอง พัฒนาและปรับปรุงศักยภาพของชุมชนและของบุคคลโดยส่งเสริม และฟื้นฟูความเชื่อมั่นในตนเองให้สามารถที่จะวิเคราะห์สังเคราะห์ปัญหา และสภาพการณ์ของเขา ประการที่สาม สร้าง แสวงหาและประยุกต์องค์ความรู้ที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนมาใช้ในการให้ความรู้แก่บุคคลในชุมชนนั้น ประการที่สี่ ยอมรับในปรีทศน์ของชาวบ้านว่ามีความสำคัญ เป็นการมองให้ตรงกับปัญหาและความต้องการของเขา

สรุปได้ว่าการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คือ การรวบรวมปัญหาหรือจากคำถาม จากการสะท้อนการปฏิบัติงานของกลุ่มปฏิบัติงาน เพื่อต้องการที่จะพัฒนาหาแนวทางเหตุผลและวิธีการปฏิบัติ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพของการปฏิบัติการณ์นั้น เป็นการมีส่วนร่วมกันทั้งสองฝ่ายระหว่างผู้วิจัย และผู้ถูกวิจัยร่วมกันปฏิบัติงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นวิจัยพัฒนา โดยให้สิ่งที่พัฒนาหรือคนนั้นมีส่วนร่วมกันในการทำวิจัย

1.2 แนวคิดของกลุ่มและวิสาหกิจชุมชน

มีเนื้อหาเกี่ยวกับความหมาย แนวคิดการพัฒนา กลุ่ม แนวคิดวิสาหกิจชุมชนและการพึ่งตัวเอง การจัดการและกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ความหมายของกลุ่ม คือ เป็นการรวมกันของปัจเจกบุคคล ซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและทำให้เขาต้องพึ่งอาศัยซึ่งกันและกัน เกิดจากความต้องการของมนุษย์ (human needs) มนุษย์มีความต้องการในสิ่งจำเป็น เช่น ปัจจัยสี่ได้แก่ อาหาร เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค ความจำเป็นในการแสวงหาสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์ บุคคลคนเดียวไม่อาจทำได้โดยสะดวกและปลอดภัย แต่ถ้าเมื่อใดมนุษย์มารวมกัน และแบ่งงานกันทำช่วยกันทำคนละไม้คนละมือ ดังจะเห็นได้ในระบบการผลิตหรือการก่อสร้างที่มีความสลับซับซ้อนมาก ๆ มีการช่วยกันทำงาน เฉพาะด้านความจำเป็นที่ต้องอาศัยซึ่งกันและกัน ทำให้มนุษย์ต้องมาอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม สำหรับองค์ประกอบของกลุ่มโดยทั่วไป คือ มีตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีกิจกรรมที่ชี้ให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความผูกพันว่าเป็นพวกเดียวกันและมีการติดต่อพบปะสรรคักันอยู่เป็นประจำ ในด้านการจัดตั้งกลุ่มหรือองค์กรประชาชน สิ่งที่ควรคำนึงในการที่กลุ่มจะดำเนินกิจกรรมไปสู่ความสำเร็จ หรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับรูปแบบและหลักเกณฑ์ในการรวมกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่มว่ามีแบบแผนในการจัดตั้งกลุ่ม หรือการรวมกลุ่มตามแนวคิดและหลักเกณฑ์ที่ถูกต้องเพียงใด การจัดตั้งกลุ่มต้องคำนึงถึงความเหนียวแน่นและประสิทธิภาพขององค์กรเป็นหลัก

(2) แนวคิดการพัฒนา กลุ่ม มีการยอมรับซึ่งกันและกัน แต่การจัดตั้งกลุ่มสมาชิกยังไม่มี การติดต่อสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างดีเท่าที่ควร และไม่ปรารถนาจะแสดงความคิดเห็นทัศนคติอย่างเปิดเผย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่สมาชิกมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน เมื่อต้องมารวมกลุ่มกิจกรรมกันเป็นครั้งแรกแต่อย่างไรก็ตามจากกระบวนการกลุ่ม ในที่สุดสมาชิกแต่ละคนจะเริ่มติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน โดยต้องผ่านกระบวนการสามขั้นตอนดังนี้ ขั้นแรก การติดต่อสื่อสารและกระบวนการตัดสินใจ เมื่อกลุ่มได้ถูกยอมรับกันระหว่างสมาชิกกลุ่มแล้วสมาชิกเริ่มจะติดต่อสื่อสารกันอย่างเปิดเผย ซึ่งการติดต่อสื่อสารเหล่านี้เป็นผลเพิ่มความเชื่อมั่น และมีการปฏิสัมพันธ์เพิ่มขึ้นภายในกลุ่ม การถกเถียงหรือการอภิปรายที่เกิดขึ้นในกลุ่มจะเริ่มเป็นการแก้ไขปัญหาในเรื่องงานและพัฒนาขั้นตอนการทำงานเพื่อไปสู่ความสำเร็จของกลุ่ม ขั้นที่สอง แรงจูงใจและผลผลิตของกลุ่ม ขั้นตอนนี้เป็นการพัฒนาของกลุ่มเพื่อความสำเร็จในเป้าหมายของกลุ่มร่วมกัน และกลุ่มจะดำเนินด้วยความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างสมาชิกกลุ่ม มิใช่การแข่งขันกันเองในระหว่างสมาชิกกลุ่ม ขั้นที่สาม ระบบองค์กรและการควบคุม เป้าหมายของกลุ่มจะมีความสำคัญเหนือกว่าเป้าหมายส่วนตัว

ของสมาชิกแต่ละคน กลุ่มจะสร้างกลไกในการบังคับให้สมาชิกกลุ่มปฏิบัติตามบรรทัดฐานหรือกฎเกณฑ์ของกลุ่ม และถ้าสมาชิกคนใดไม่ปฏิบัติตามหรือเบี่ยงเบนออกจากกฎเกณฑ์ที่กลุ่มได้ตั้งไว้ กลุ่มจะใช้การควบคุม และลงโทษสมาชิกด้วยการต่อต้าน หรือปลดออกจากรวมสมาชิกกลุ่มต่อไป

(3) แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการพึ่งตนเอง จากคำจำกัดความของวิสาหกิจชุมชน คือ กิจการที่ชุมชนและคนในชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมการผลิตสินค้า กิจการให้บริการหรือกิจการอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยการนำทุนทางสังคมของชุมชนที่มีอยู่อันได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรท้องถิ่น ผสมกับการบริหารจัดการสมัยใหม่เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการเรียนรู้ของชุมชนซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับการพึ่งตนเองในความหมายเชิงปัจเจกบุคคล เป็นการทำกิจกรรมทั้งหลายโดยปัจเจกบุคคลและครัวเรือน เพื่อบรรลุถึงการมีหลักประกันของการดำรงชีพของเขา และในความหมายลักษณะของกลุ่มการพึ่งตนเอง คือ กลุ่มสังคมที่มีการจัดระบบ เพื่อให้ประชาชนสามารถดำเนินการตอบสนองความต้องการของตนเอง (self fulfillment) ด้วยวิธีช่วยเหลือตนเอง ด้วยการร่วมมือกันคนที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน เพื่อให้ชุมชนมีเศรษฐกิจที่เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้โดยมียุทธศาสตร์สี่ประการดังนี้ คือ ประการแรก ด้านทุน เพื่อบริหารจัดการกองทุนด้านเศรษฐกิจให้มีความเข้มแข็งในการสนับสนุนวิสาหกิจ ประการที่สอง ด้านการผลิต มีการบริหารจัดการทุนทางสังคมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมให้เกิดการเพิ่มมูลค่า เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนมุ่งสู่วิสาหกิจชุมชนในระดับธุรกิจ และเชื่อมโยงวิสาหกิจชุมชนสู่ความพอเพียงและพึ่งตนเอง ประการที่สาม ด้านการตลาด เพื่อแสวงหาและส่งเสริมการแสดงจำหน่ายสินค้าชุมชน ประการที่สี่ ด้านรายได้ เพื่อแสวงหารายได้และลดรายจ่ายในการยกระดับครัวเรือนยากจน

(4) การจัดการและกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในการบริหารจัดการองค์กรของธุรกิจมีองค์ประกอบสี่ประการ คือ การจัดการทั่วไปและทรัพยากรมนุษย์ การจัดการผลิต การจัดการตลาด การจัดการเงินและการบัญชี โดยมีรายละเอียดคือ ประการแรก การจัดการทั่วไปและทรัพยากรมนุษย์ คือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรอย่างประหยัดและเกิดผลสำเร็จโดยผ่านหน้าที่ต่าง ๆ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้แนะและการควบคุม เพื่อให้บรรลุเป้าที่ตั้งไว้ขององค์กร สำหรับทักษะสำคัญในการจัดการ ประกอบด้วยทักษะด้านเทคนิค ทักษะด้านมนุษย์สัมพันธ์ และทักษะด้านความคิดรวบยอด ในการดำเนินวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการความเจริญเติบโต ต้องมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะส่งผลต่อความเข้มแข็งขององค์กร ประการที่สอง การจัดการผลิต การผลิตเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงสิ่งที่ส่งเข้าให้ไปเป็นผลผลิตเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ในการผลิตต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจสำคัญ คือ การจัดซื้อหรือการจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ การควบคุมสินค้าคงคลัง กระบวนการผลิต สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ ผังของ

สถานประกอบการ การวางแผนกำลังการผลิต สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในโรงงานและการคำนวณต้นทุนการผลิต นอกจากนั้นการผลิตมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ คือ การผลิตกับการตลาด การผลิตกับการบัญชีและการเงิน การผลิตกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการเพิ่มผลผลิตโดยเสียค่าจ่ายต่ำสุด ประการที่สาม การจัดการตลาด เป็นความพยายามที่จะส่งมอบสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อ ให้ผู้ซื้อได้รับความพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ ขณะที่ธุรกิจมีกำไรและรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดที่กลุ่มต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนห้าด้าน คือ หนึ่ง ผู้ซื้อสินค้าหรือกลุ่มเป้าหมายคือใคร จะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อได้ สอง สินค้าที่มีคุณค่าในสายตาผู้ซื้อ ผู้ผลิตอธิบายได้ว่าสินค้าที่ขายมีประโยชน์อย่างไรต่อผู้ซื้อและมีจุดเด่นอย่างไร สาม การแลกเปลี่ยนสินค้าและสถานที่แลกเปลี่ยนสินค้า ต้องพิจารณาว่าสินค้านั้นมีคุณค่าและคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย สถานที่ที่ทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนต้องสะดวกแก่ผู้ซื้อ วิธีการซื้อ (แลกเปลี่ยน) ไม่ยุ่งยาก แลกเปลี่ยนได้ทันทีที่ต้องการ มีการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อตกลงเจรจาต่อรอง ซื้อขายด้วยความเต็มใจทั้งสองฝ่าย สี่ กิจกรรมการตลาด เป็นเครื่องช่วยให้การจัดการตลาดได้ผล สามารถจูงใจให้ผู้ซื้อสินค้าซื้อสินค้าของเรา แทนที่จะไปซื้อสินค้าของกลุ่มแข่งขัน เรียกเครื่องทางการตลาดนี้ว่า “ส่วนผสมทางการตลาด” ซึ่งประกอบด้วยสี่กิจกรรม คือ สินค้า ราคา การกระจายสินค้าและการส่งเสริมการตลาด ดำเนินการอย่างสอดคล้องประสานเข้ากันและบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกัน นั่นคือ การขายสินค้าและผู้ซื้อพึงพอใจสินค้าที่ซื้อไป ห้า ความพึงพอใจและการกลับมาซื้อซ้ำ หรือผู้ซื้อพึงพอใจจากการซื้อครั้งแรกเนื่องจากสินค้าที่ซื้อมีความสมบัติตามที่คาดหวังไว้ เกิดการประทับใจ และกลับมาซื้ออีกเมื่อต้องการสินค้า ถ้าทำได้เช่นนี้ก็เป็นการผูกใจผู้ซื้อไว้ให้ซื้อสินค้าของเราตลอดไป ประการที่สี่ การจัดการด้านการเงินและการบัญชี ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการใช้เงิน ซึ่งจำนวนเงินที่ต้องการขึ้นกับประเภทและขนาดการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งในระยะเริ่มต้นของธุรกิจมีการใช้แรงงานเป็นหลัก เนื่องจากยังไม่มีเงินมากพอที่จะลงทุนในเครื่องจักรและจ้างพนักงาน โดยมีแหล่งเงินทุน คือ แหล่งเงินทุนจากผู้ประกอบการและแหล่งเงินทุนจากเจ้าหนี้ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น การพิจารณาโครงการต่าง ๆ ที่รัฐเสนอช่วยเหลือจึงเป็นแหล่งเงินอีกแหล่งหนึ่ง

1.3 วิสาหกิจชุมชนสวนทุเรียนเครื่องสำอางสมุนไพร

มีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์ชุมชน การอนุรักษ์และสืบทอดความรู้ในการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านชุมชน ผลที่เกิดขึ้นปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตของการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน

ปัญหาและอุปสรรคการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน และการพัฒนาหรือต่อยอดการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) สถานการณ์ชุมชน บ้านสวนตุลเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตของตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา บริเวณใกล้เคียงกับสวนสัตว์สงขลา ใช้เส้นทางถนนสงขลา-นาทวี โดยเริ่มจาก สามแยกตำโงงไปทางด้านหลังมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มุ่งหน้าไปทางทิศใต้ประมาณสี่กิโลเมตร ถึงชุมชนบ้านสวนตุล มีเนื้อที่ประมาณ 900 ตารางกิโลเมตร ประชากร 55,527 คน มีลักษณะภูมิประเทศเป็นทะเลสองด้าน มีป่า มีเขา มีลำคลองสายเล็ก ๆ คือคลองตำโงง พื้นที่เป็นที่ราบเชิงเขา พื้นดินเป็นดินร่วนและดินทราย อากาศร้อนชื้น ต้องอาศัยน้ำฝนในการเพาะปลูก ไม่มีระบบชลประทาน การประกอบอาชีพ พบว่ามีความหลากหลายคือ รับราชการ ไปจนถึงเกษตรกร

(2) การอนุรักษ์และสืบทอดความรู้ในการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านชุมชน จากการได้ร่วมทำเวทีชุมชนทำให้คนในชุมชนตระหนัก ห่วงแหน ห่วงใย เรื่องของทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นฐานวัฒนธรรมชุมชนมีการนำพืชสมุนไพรมาใช้รักษาโรคแทนยาแผนปัจจุบัน เมื่อเกิดอาการเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ และใช้พืชสมุนไพรเพื่อเป็นอาหาร ในด้านการศึกษา มีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้เปิดสอนวันเสาร์ในสาขาแพทย์แผนไทย โดยให้นักศึกษาออกศึกษาหาความรู้จากกลุ่มสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร มีการอบรมให้ความรู้ สาธิต สัมภาษณ์ ถ่ายทำสารคดีและวีดิทัศน์มีนักศึกษาไปที่กลุ่มอาทิตย์ละสองวัน จึงมีความเชื่อมั่นว่าสามารถจะอนุรักษ์ไว้ได้ สำหรับการสืบทอดความรู้ในการใช้สมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน การสืบทอดความรู้นั้นจะมีการสืบทอดในเครือญาติของสมาชิกกลุ่มและบุคคลในสถานศึกษา คาดว่าในอนาคตคงจะไม่สูญหายเหมือนอดีต เพราะผู้มีความเข้าใจมากขึ้นไม่หวงวิชา ยินดีถ่ายทอดให้ผู้สืบทอด และผู้สืบทอดพอใจพร้อมรับการถ่ายทอดเนื่องจากเล็งเห็นประโยชน์และมีผลดีต่อสุขภาพลดรายจ่ายเพิ่มรายได้

(3) ผลที่เกิดขึ้นปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตของการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน ในปัจจุบันการใช้พืชสมุนไพรเกี่ยวกับสุขภาพได้เพิ่มขึ้นจากเดิม เนื่องจากการรณรงค์ให้ทุกคนเห็นความสำคัญของพืชสมุนไพรพื้นบ้าน มีการให้ความรู้โดยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับสมุนไพร การศึกษาดูงาน การนำเอาพืชสมุนไพรมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เพิ่มความงาม เป็นยารักษาโรคทั้งกินและทา ผลจากการค้นคว้าทดลองมีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการฟื้นฟูอนุรักษ์พืชสมุนไพร การที่ต่างประเทศฉวยโอกาสนำเอาพืชสมุนไพรไปจดลิขสิทธิ์ เป็นสาเหตุทำให้ทุกคนตื่นตัวหันมาสนใจและใช้สมุนไพรกันมาก แต่ผู้ใช้ต้องใช้ให้ถูกวิธีมิฉะนั้นจะทำให้พืชสมุนไพรต้องสะดุด เพราะไม่ได้ศึกษาวิธีใช้ให้ถูกต้อง สำหรับแนวการใช้พืชสมุนไพรในอนาคต มีความเชื่อมั่นว่าในอนาคตการใช้พืชสมุนไพรเพื่อสุขภาพ และรักษาโรคมีแนวโน้มไปในทางที่ดี คนจะหันมาใช้พืชสมุนไพรแทนยาแผนปัจจุบันมากขึ้น เพราะเมื่อใช้พืช

สมุนไพรเป็นประจำโรคร้ายไข้เจ็บบางชนิดจะลดน้อยถอยลง ทำให้สุขภาพดี มีภูมิต้านทานโรค ค่าใช้จ่ายถูกกว่ายาปฏิชีวนะและไม่มีผลข้างเคียง แต่พบว่าพืชสมุนไพรที่มีอยู่บางชนิดไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ดังนั้นภาครัฐต้องหาแนวทางพัฒนาพืชสมุนไพรทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ นอกจากนั้นอย่าให้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของไทยไปตกอยู่ในมือของต่างชาติ

(4) ปัญหาและอุปสรรคการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน ในด้านปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ พืชสมุนไพรชนิดนี้ การขาดความรู้ ไม่ได้ศึกษาวิธีใช้อย่างถูกต้อง กรณีถ้าใช้ผิดจะเกิดผลข้างเคียง การขาดทักษะการใช้ ใช้ผิด-ใช้ถูก ไม่ใช่ติดต่อกัน ขาดทุนทรัพย์ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรบางอย่างมีราคาสูงทำให้ผู้มีรายได้น้อยไม่สามารถซื้อได้ สำหรับอุปสรรคการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน คือ ขาดความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ ไม่มีมาตรฐานรับรอง สถานที่ผลิตและจำหน่าย ไม่เป็นที่รู้จักของชุมชน

(5) การพัฒนาหรือต่อยอดการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของชุมชน มีแนวคิดในการพัฒนาหรือต่อยอด คือ การพัฒนาคุณภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาการรับรองคุณภาพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้ การพัฒนาด้านการตลาด การพัฒนาด้านความรู้ให้ทันต่อโลกในปัจจุบัน ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีส่วนทำให้กิจการรุ่งเรือง ก้าวหน้า ประสบผลสำเร็จสูง

1.4 ผลกระทบที่เครื่องสำอางของเศรษฐกิจชุมชน

เครื่องสำอางที่ชุมชนต้องการผลิตเพื่อเศรษฐกิจชุมชน ควรเป็นเครื่องสำอางที่อยู่ในกลุ่มความเสี่ยงต่ำ เนื่องจากการผลิตระดับเล็กมีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์และกรรมวิธีการผลิตไม่ซับซ้อน เหมาะกับศักยภาพของชุมชน ได้แก่ แชมพู ครีมนวดผม สบู่เหลว สบู่ก้อน ต่อไปเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับข้อที่ควรคำนึงในการผลิตเครื่องสำอางของเศรษฐกิจชุมชน การตลาด และข้อกำหนดมาตรฐานฉลากของผลิตภัณฑ์

(1) ข้อที่ควรคำนึงในการผลิตเครื่องสำอางของเศรษฐกิจชุมชน ในการผลิตเครื่องสำอางเพื่อเศรษฐกิจชุมชนนั้นหลักการแล้วมุ่งหมาย เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง โดยส่งเสริมการผลิตและการประกอบอาชีพอิสระแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน ทั้งนี้ผู้ต้องการผลิตเครื่องสำอางของเศรษฐกิจชุมชนมีปัจจัยที่ควรคำนึงห้าประการ คือ ผู้ผลิต วัตถุดิบ ทุน สูตรและกระบวนการผลิต และการตลาดมีรายละเอียดคือ ประการแรก ผู้ผลิต เริ่มจากปัจจัยของตัวผู้ผลิตเครื่องสำอางของเศรษฐกิจชุมชน มีข้อที่ควรคำนึงถึงสามเรื่อง คือ หนึ่ง ต้องมีความเข้าใจถึงหลักการของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเริ่มจากพื้นฐานของการผลิตเพื่อการบริโภคของชุมชนก่อน ทำ


ให้คนในชุมชนมีงานทำ จากพื้นฐานทุนของชุมชน วัตถุประสงค์ในท้องถิ่นและเมื่อมีส่วนของผลิตภัณฑ์ที่
 เหลือจากการบริโภคจึงจำหน่ายเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน สอง ต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะ
 ผลิต หมายถึง กระบวนการผลิตคุณภาพมาตรฐาน ระบบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อที่จะผลิตสินค้า
 ที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมทั้งรู้ว่า มีหน่วยงานใดที่สามารถให้ความช่วยเหลือเป็นทีมที่เลี้ยงให้
 คำปรึกษาในด้านวิชาการ การตรวจสอบมาตรฐาน การสนับสนุนทรัพยากร และส่วนอื่น ๆ ที่ชุมชน
 ไม่สามารถพึ่งตนเองได้ สาม การมีจรรยาบรรณ มีสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม จรรยาบรรณของผู้ผลิตนี้
 จะช่วยรักษาและส่งเสริมชื่อเสียงของสินค้าและผู้ผลิตได้ดำรงอยู่ตลอดไป ประการที่สอง วัตถุประสงค์ ใน
 การผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพื่อเศรษฐกิจชุมชนควรเริ่มจากการใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชน อาทิเช่น มี
 สมุนไพรปริมาณเพียงพอและมีคุณภาพอยู่ในท้องถิ่น หรือมีการส่งเสริมการปลูกในพื้นที่ใกล้เคียง
 เพื่อเป็นการประหยัดลดต้นทุนการผลิต วัตถุประสงค์เป็นสมุนไพรที่สดใหม่ มีคุณภาพ ปลอดภัยจาก
 สารพิษยาฆ่าแมลง สารเคมี หรือการปนเปื้อนใด ๆ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ของชุมชน
 สำหรับสารเคมี ควรมีแหล่งซื้อที่เชื่อถือได้ปลอดภัยคุณภาพได้มาตรฐานและราคาเหมาะสม ประการ
 ที่สาม ทุน ในทางสังคมนั้นทุกชุมชนมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ เดิมชุมชนเกี่ยวข้องกับ
 ธุรกิจในฐานะเป็นผู้บริโภคซื้ออาหารสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน แต่เมื่อชุมชนเริ่มมีการผลิต
 เครื่องสำอางเพื่อการบริโภคภายในชุมชน โดยเริ่มจากพื้นฐานทุนของชุมชนนั้น ชุมชนจะเริ่มมีส่วน
 เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอีกในฐานะหนึ่ง คือ เป็นผู้ผลิต บทบาทหนึ่งของผู้ผลิตคือการแปรรูป
 ทรัพยากรที่อยู่ในสังคม หรือชุมชนให้กลายเป็นสินค้าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบในท้องถิ่น
 ในส่วนของทุนที่ควรให้ความสำคัญมีสองส่วน คือ งบของทุน ชุมชนที่ต้องการพัฒนาการผลิต ควรมี
 ความพร้อมในด้านทุนที่เพียงพอสำหรับดำเนินงาน และทุนหมุนเวียนควรมีเงินทุนหมุนเวียนใช้จ่าย
 ประจำตลอดเวลาที่ดำเนินการ ประการที่สี่ สูตรและกระบวนการผลิต จะส่งผลกระทบต่อคือ
 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐานและสม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้
 ผลิตภัณฑ์มีความคงตัวและทำให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด ลดภาระความเสี่ยงเปลี่ยนแปลงจากผลผลิต
 ที่ไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้นเมื่อเริ่มผลิต ผู้ผลิตต้องใช้สูตรและกระบวนการผลิตที่เหมาะสมในการผลิต
 เมื่อเลือกได้แล้วควรทดลองผลิต เพื่อเป็นการพิสูจน์ว่าสูตรและกระบวนการผลิตที่เลือกนั้น เมื่อนำมา
 ผลิตจริงสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ตรงตามที่คาดคิดไว้หรือไม่ สูตรและกระบวนการผลิตที่เลือก ควรผลิต
 ให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะตรงตามที่คุณผลิตต้องการ มีความปลอดภัยใน
 การใช้ ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพประสิทธิผล และต้นทุนการผลิตไม่สูงเกินกว่างบประมาณที่ตั้งไว้
 ด้านความรู้พื้นฐานในการผลิตเครื่องสำอาง พบว่าคนโบราณรู้จักการนำสมุนไพรมาใช้เป็น
 เครื่องสำอางมานานแล้ว เช่น ใช้ลูกมะค่าตีควาย บวบขม มะกรูด มาอาบน้ำสระผม สมัยก่อนสิ่ง
 เหล่านี้หาได้ง่ายจากธรรมชาติและสามารถนำมาปรุงใช้เอง โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการผลิตเป็น
 เครื่องสำอางสำเร็จรูปออกมา ปัจจุบันสังคมเปลี่ยนไปเศรษฐกิจเจริญขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

เพิ่มขึ้นอย่างมาก จึงมีการผลิตเครื่องสำอางที่ใช้สารสังเคราะห์ซึ่งอาจก่อให้เกิดข้อเสีย เช่น การเสียดุลทางการค้า เพราะสารเคมีสังเคราะห์ที่ใช้ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ หรืออาจเกิดอันตรายจากการใช้เครื่องสำอางเหล่านี้ เช่น เกิดการแพ้หรือระคายเคืองผิวหนัง เป็นต้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ได้มีผู้ใช้เครื่องสำอางบางกลุ่มที่ต้องการหลีกเลี่ยงสารเคมีสังเคราะห์ และหันกลับมาใช้สารธรรมชาติเพื่อทดแทนการใช้สารสังเคราะห์ เป็นเหตุให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางหันมาให้ความสนใจผลิตเครื่องสำอางผสมสมุนไพรมากขึ้น สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรชนิดนี้ แชมพู ครีมนวดผม เป็นต้น

(2) การตลาด การผลิตเครื่องสำอางเพื่อเศรษฐกิจชุมชนเมื่อเริ่มมีการผลิตเพื่อจำหน่าย นอกเหนือจากการผลิตเพื่อบริโภคในชุมชนปัจจัยที่สำคัญคือการตลาด การตลาดที่ประสบผลสำเร็จจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถมีความยั่งยืนในสังคมได้ จากความหมายการตลาด คือ กิจกรรมที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ การตลาดที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตในชุมชนแบ่งพิจารณาได้สามประเด็น คือ ประเด็นแรก สถานที่จำหน่าย ผู้ผลิตต้องรู้ว่าสินค้าที่ตนผลิตในชุมชนนั้นจะวางจำหน่ายที่ใดบ้าง เช่น หน่วยงานในชุมชน ร้านค้าของชุมชน หรือท้องถิ่นใกล้เคียง ประเด็นที่สอง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่าย ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย จากความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เดินทางผ่านจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ทั้งนี้ อาจมีการผ่านคนกลางระดับต่าง ๆ ก่อนถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ต้องมีเส้นทางเดินหรือช่องทางจำหน่าย ทั้งนี้การตัดสินใจเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างหนึ่ง บางกรณีผู้ผลิตจำเป็นต้องอาศัยคนกลางในการจำหน่ายสินค้า เนื่องจากสาเหตุความยุ่งยากในทางปฏิบัติ หากผู้ผลิตจะติดต่อโดยตรงกับลูกค้า การขายผ่านคนกลางทำให้สินค้าสินค้าถึงมือผู้บริโภคมากกว่าคนกลางสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนซื้อให้แก่ผู้บริโภค และเป็นผู้เชี่ยวชาญการขายให้แก่ผู้ผลิต ดังนั้นผู้ผลิตต้องเลือกคนกลางที่เหมาะสมในการจำหน่ายสินค้าของตน ประเด็นที่สาม การขนส่งวิธีการขนส่งผลิตภัณฑ์จากสถานที่ผลิตไปยังสถานที่จำหน่าย หรือคนกลางควรใช้วิธีใด ทั้งนี้เพราะการขนส่งถือว่าเป็นต้นทุนของสินค้าประการหนึ่ง

(3) ข้อกำหนดมาตรฐานฉลากของผลิตภัณฑ์ มีข้อกำหนดตามกฎหมาย คือ ข้อความภาษาไทยบนฉลากให้เป็นไปตามประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง ฉบับที่หนึ่ง (พ.ศ.2536) และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ตามความในพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 โดยสามารถแสดงรายละเอียดของข้อความบนฉลากของเครื่องสำอางประเภทต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด และแนวทางการพิจารณาข้อความบนฉลากเครื่องสำอาง ได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อความบนฉลากเครื่องสำอางประเภทต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

ลำดับที่	เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ	เครื่องสำอางควบคุม	เครื่องสำอางทั่วไป
1	ชื่อเครื่องสำอาง	ชื่อเครื่องสำอาง	ชื่อเครื่องสำอาง
2	ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง	ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง	ประเภทหรือชนิดของเครื่องสำอาง
3	ข้อความ “เครื่องสำอางควบคุมพิเศษ”	ข้อความ “เครื่องสำอางควบคุม”	-
4	เลขทะเบียนเครื่องสำอางแสดงอยู่ในกรอบเครื่องหมาย ออ. โดยกรอบพื้นขาว สีของกรอบตัดกับสีของพื้นฉลากดังนี้ 	-	-
5	ชื่อและปริมาณของสารควบคุมพิเศษ - สารควบคุม	ชื่อและปริมาณของส่วนประกอบสำคัญ	ชื่อของส่วนประกอบสำคัญ
6	ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตกรณีเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและระบุชื่อผู้ผลิตและประเทศผู้ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางนำเข้า	ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตกรณีเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและระบุชื่อผู้ผลิตและประเทศผู้ผลิต กรณีเป็นเครื่องสำอางนำเข้า	ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตกรณีที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้าและระบุชื่อผู้ผลิตและประเทศผู้ผลิตกรณีที่เป็นการนำเข้า
7	เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต	เลขที่แสดงครั้งที่ผลิต	-
8	วัน เดือน ปี ที่ผลิต	วัน เดือน ปี ที่ผลิต	วัน เดือน ปี ที่ผลิต
9	วิธีใช้เครื่องสำอาง	วิธีใช้เครื่องสำอาง	วิธีใช้เครื่องสำอาง
10	ปริมาณสุทธิ	ปริมาณสุทธิ	ปริมาณสุทธิ
11	คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด(ถ้ามี)	คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด(ถ้ามี)	คำเตือนเกี่ยวกับอันตรายที่อาจเกิดขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด(ถ้ามี)

ตารางที่ 2 แนวทางการพิจารณาข้อความบนฉลากเครื่องสำอาง

ข้อความ	แนวทางการพิจารณา
1. ชื่อเครื่องสำอาง	<p>1.1 ต้องไม่ใช่ชื่อไปในทำนองโอ้อวด ไม่สุภาพ เช่น แชมพูปลูกผม รักษาผมร่วง แชมพูมหัศจรรย์</p> <p>1.2 ต้องเขียนแชมพูผสมสมุนไพร แทนคำว่าแชมพูสมุนไพร</p>
2. การใช้ชื่อสารเป็นชื่อเครื่องสำอางหรือเป็นส่วนหนึ่งของชื่อเครื่องสำอาง เช่น “แชมพูมะกรูดบ้านไทย” หรือ “บ้านไทยแชมพูผสมสมุนไพรมะกรูด”	<p>ต้องมีสารดังกล่าวเป็นส่วนผสมในปริมาณที่เพียงพอ คือ มีมะกรูดเป็นส่วนผสมโดยมีปริมาณตามที่กำหนดไว้ในเอกสารทางวิชาการที่เชื่อถือได้ และต้องระบุชื่อสารนั้นไว้ที่ฉลากว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญ</p>
3. การแสดงสรรพคุณ	<p>3.1 ต้องเป็นสรรพคุณภายในขอบข่ายของคำนิยามของคำว่า “เครื่องสำอาง” ตามกฎหมายเท่านั้น คือ ใช้เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม</p> <p>3.2 ไม่ใช่แสดงสรรพคุณในทางยา คือ ไม่แสดงสรรพคุณที่มีจุดมุ่งหมายในการใช้ เพื่อบำบัดบรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยของมนุษย์ หรือมุ่งหมายให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใดๆของร่างกายของมนุษย์ เช่น การบำบัดรักษา ป้องกันโรคผิวหนัง กระตุ้นการออกของเส้นผม ลดการหลุดร่วงทำให้รากผมแข็งแรง ป้องกันผมร่วงฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ป้องกัน ระวังการอักเสบ เป็นต้น</p>

1.5 บรรจุภัณฑ์

มีเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์และประเภทของบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ (packaging) มีดังนี้ภาชนะบรรจุ (pack) ฉลาก (label) ชื่อยี่ห้อ (brand name) เครื่องหมายการค้า (logo) ใบบอกวิธีซื้อสินค้า (literature) ภาชนะบรรจุ (pack) อาจจะเป็นหลอดแก้ว กลัง ถู กระจบอง ขวด อาจจะทำด้วยพลาสติก แก้ว กระจบาช เหล็ก ไม้ เป็นต้น

(2) ประเภทของบรรจุภัณฑ์ โดยทั่วไปบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นตัวนำผลผลิตจากกระบวนการผลิตผ่านการขนย้ายการเก็บในคลังสินค้า การขนส่ง การจัดจำหน่ายเปิดโอกาสให้เลือกซื้อและอำนวยความสะดวกในการบริโภค ในอดีตมีการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยในการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพจนกว่าจะมีการนำไปใช้ ซึ่งไม่ได้เน้นความสวยงาม สะดุดตา ความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นมากมาย แต่ปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางการค้ามากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้ การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ย่อมจะนำมาซึ่งการเพิ่มกำไรให้กิจการด้วย เพิ่มอุปสงค์ในสินค้าให้สูงขึ้น ขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้น กระจบายกว้างขวางขึ้น และความสะดวกของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าในปริมาณเพิ่มขึ้นได้

1.6 การออกแบบ

มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นในการออกแบบ องค์ประกอบของการโฆษณาในการออกแบบ ความหมายและลักษณะของการออกแบบสื่อแต่ละชนิด โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ข้อมูลเบื้องต้นในการออกแบบ โดยการพิจารณาเงื่อนไขปัจจัยการผลิตและการออกแบบ คือ ปัจจัยการผลิต ในการออกแบบทุกครั้งจะต้องคำนึงถึงงบประมาณที่มีอยู่ จำนวนการผลิต ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้จัดว่าเป็นเงื่อนไขหลักในการดำเนินงานออกแบบทั้งสิ้น ในการวางแผนการออกแบบ แผนการออกแบบที่ดีย่อมมีผลทำให้ส่งเสริมการทำงาน เกิดประสิทธิภาพได้อย่างดีเยี่ยม แผนการทำงานออกแบบกราฟิกจะเริ่มตั้งแต่การนำข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมขึ้นมาทำการวิเคราะห์สรุป เพื่อหาแนวทางการนำเสนอลักษณะข้อมูลจากหลายช่องทาง และมีความหลากหลาย อาทิเช่น การแจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การวิจัย หรือการค้นคว้าจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ หลังจากได้วิเคราะห์มาใช้กำหนดเป็นแนวคิดในการออกแบบ โดยอาศัยหลักการทางศิลปะในการออกแบบแบ่งเป็นสองขั้นตอน คือ ขั้นแรก การวิเคราะห์ข้อมูล มีการพิจารณาในทุก

ด้านที่มีผลกระทบต่อการสร้างสื่อและผลสัมฤทธิ์จากการออกแบบและกลยุทธ์การใช้สื่ออื่น ๆ ตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลตัวสินค้าและองค์ประกอบอื่นที่มีผลต่อการออกแบบ ชั้นที่สอง มีหลักการออกแบบ นักออกแบบจะทำงานออกแบบ เพื่อสนองวัตถุประสงค์หลักของการผลิตงานสร้างสรรค์ สื่อแต่ละประเภท เพื่อให้ผลงานต้นแบบมีความสมบูรณ์ สวยงาม น่าสนใจ สามารถกระตุ้นผู้ดูให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจและเกิดทัศนคติคล้อยตาม แนวคิดในการออกแบบจึงต้องนำเอาข้อมูลด้วยคำรูปภาพประกอบมาจัดระเบียบให้มีความกลมกลืนชัดเจน และโดดเด่น โดยอาศัยหลักและวิธีการทางศิลปะเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบโครงสร้าง รูปแบบ จังหวะ สีและพื้นที่ทั้งหมด

(2) องค์ประกอบของการโฆษณาในการออกแบบ สำหรับโฆษณาทางสิ่งพิมพ์แบ่งองค์ประกอบเป็นสองส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนของตัวอักษรและภาพ ซึ่งภาพที่นำมาใช้ในการโฆษณาควรเป็นภาพที่เร้าใจและสื่อความคิดสร้างได้อย่างแจ่มชัด รวมทั้งสามารถสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคด้วย องค์ประกอบ (element) ต่าง ๆ ของโฆษณา ใช่ว่าจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งหมดในการโฆษณาชิ้นหนึ่ง การเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งจะต้องอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ และลักษณะของสื่อที่ใช้เพื่อการโฆษณา เช่น งานโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ และเอกสารประกอบ สำหรับสื่อในการออกแบบโฆษณานั้นจะถูกนำมาใช้โดยอาศัยหลักการทางด้านจิตวิทยา คือ แต่ละสีไม่ว่าจะมีสีโทนร้อนหรือโทนเย็นจะช่วยสร้างบรรยากาศให้กับงานโฆษณาให้เกิดอารมณ์ตามที่ต้องการแตกต่างกันไป นอกจากนี้สียังเป็นส่วนช่วยเน้นสิ่งที่เราต้องการให้เด่นขึ้น สีสามารถสร้างอิทธิพลต่อผู้พบเห็นได้ นอกจากนั้นสีกลายเป็นสัญลักษณ์ในความรู้สึกและอารมณ์ในความหมายต่าง ๆ กัน เช่น สีแดง เป็นสีที่ก่อให้เกิดความรู้สึกรุนแรง ตื่นเต้น เร้าร้อน และร้อนแรงบางครั้งแสดงถึงความน่ากลัว น่าสยดสยอง ก่อให้เกิดความสะเทือนใจได้มากที่สุด เป็นต้น

ดังนั้นการเลือกใช้สีโดยเฉพาะสำหรับงานโฆษณา ต้องคำนึงถึงความหมายของสีทางด้านจิตวิทยา เช่น สีที่จะใช้กับวัยรุ่นนั้นจะต้องมีสีสันสดใส สำหรับการเลือกใช้ตัวอักษรในการโฆษณา นอกจากจะคำนึงถึงรูปแบบ ความสวยงามของตัวอักษร และควรเป็นตัวอักษรที่อ่านง่าย สวยงาม จึงสามารถดึงดูดใจให้ผู้อ่านมีความประทับใจ และอยากที่จะอ่านข้อความนั้นต่อไปจนจบ ในด้านรูปแบบตัวอักษร ควรมีการสร้างสรรค์รูปแบบตัวอักษรให้สวยงามแปลกตา และสอดคล้องกับลักษณะข้อความมีความชัดเจน ทำให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น มีเทคนิคการออกแบบและตกแต่งตัวอักษรให้สวยงามจะเป็นแรงบันดาลใจให้อ่านรู้ อยากดู อยากเห็นมากกว่ารูปแบบตัวอักษรธรรมดา ในการจัดข้อความโฆษณามีความสำคัญให้รายละเอียดและเสริมสร้างความเข้าใจแก่ตัวสินค้า หรือเน้นความที่ชักชวนแนะนำให้ซื้อสินค้าและคล้อยตามกัน

(3) ความหมายและลักษณะของการออกแบบสื่อแต่ละชนิด โดยการใช้สัญลักษณ์ (symbol) แทนความหมายของสิ่งต่าง ๆ โดยแสดงถึงความสำคัญ ซึ่งมีบทบาทในส่วนของชีวิต หรือกลุ่มชนที่รวมอาศัยอยู่ร่วมกัน เหตุผลสำหรับการใช้สัญลักษณ์ คือ การทำหน้าที่แทนการอธิบายคำหรือ

ประโยคเพื่อให้สะดวกสั้นและช่วยขจัดปัญหา เกี่ยวกับการไม่เข้าใจในภาษาต่าง ๆ ที่ไม่คุ้นเคย สัญลักษณ์เป็นสื่อความหมายที่แสดงนัยหรือเงื่อนไขความคิด เพื่อบอกให้ทราบถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่ง จะไม่มีผลในทางด้านการรับรู้ ความคิด หรือทัศนคติ เช่น ธงไตรรงค์เป็นสิ่งที่กระตุ้นความคิดและ ทัศนคติที่พึงมีต่อประเทศ โดยทั่วไปสัญลักษณ์ไม่ได้เป็นเพียงรูปแบบที่มนุษย์สร้างขึ้นเท่านั้น แต่เรายังรู้จักใช้ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เป็นสัญลักษณ์ร่วมอีกด้วย เช่น ดอกกุหลาบอาจจะเป็นสัญลักษณ์ ของความรัก นกพิราบเป็นสัญลักษณ์ของเสรีภาพ ในการออกแบบสัญลักษณ์ อาจนำจากชื่อบริษัท ผลิตภัณฑ์ของบริษัท หรือประกอบกันทั้งสองอย่างก็ได้แล้วแต่ความต้องการตามวัตถุประสงค์

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาสามเรื่อง คือ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อ เครื่องสำอางสมุนไพร กรณีศึกษา : อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาเรื่องการแสดงฉลาก ภาษาไทยของเครื่องสำอางที่จำหน่ายในจังหวัดสตูล และการศึกษาเรื่องการค้าปลีกด้านการตลาด ของเครือข่ายกลุ่มธุรกิจชุมชนในตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น โดยมีรายละเอียดคือ

ชลธิชา แก้วสว่าง (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางสมุนไพร กรณีศึกษา : อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรม ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ในการใช้เครื่องสำอางสมุนไพร (2) ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้เครื่องสำอางสมุนไพร กับส่วนประสมทางการตลาด (3) ศึกษาปัญหาในการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ นิยมเลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพรเป็นครีมบำรุงหน้า ชนิดของเครื่องสำอางสมุนไพร คือ ขมิ้น ลักษณะคุณสมบัติของสมุนไพรข้อพิจารณาในการใช้ คือ การมีสถาบันวิจัยรับรอง ผู้ที่มีอิทธิพลใน การตัดสินใจซื้อ คือ เพื่อน พฤติกรรมการซื้อ คือ เมื่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด นิยมใช้เคาน์เตอร์ใน ห้างสรรพสินค้า ปริมาณการซื้อ คือ หนึ่งชิ้น และใช้เครื่องสำอางสมุนไพรวันละสองครั้ง นิยมใช้กับ บริเวณผิวหน้าและเมื่อใช้แล้วมีความรู้สึกพึงพอใจปานกลาง สำหรับความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการ ใช้เครื่องสำอางสมุนไพรกับส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการ เลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพรในระดับมาก โดยพิจารณาคุณภาพ สวยงามของบรรจุภัณฑ์ตามลำดับ ในด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพรระดับปานกลาง โดยการพิจารณา เครื่องสำอางมีให้เลือกหลายราคามากที่สุด สินค้าราคาถูกกว่าและมีการลดราคาตามลำดับ ทางด้าน ช่องทางการจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพรในระดับมาก โดยการ

พิจารณาจากความสะดวกในการเดินทาง ด้านสภาพแวดล้อมของร้านจำหน่ายและที่ตั้งของร้านจำหน่าย ตามลำดับ ในด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้เครื่องสำอางสมุนไพรระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทาง การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ สำหรับปัญหาในการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัด นครราชสีมา มีดังนี้ เครื่องสำอางสมุนไพรใช้ไม่ได้ผลตามที่ได้อ้างสรรพคุณไว้ สี กลิ่น และบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดความสนใจ ไม่มีการกำหนดวันที่ผลิต หมดอายุ ส่วนผสมและวิธีการใช้ให้ชัดเจน ผลิตภัณฑ์บางชนิดมีราคาแพงเกินไป สถานที่จำหน่ายมีน้อย การโฆษณา มีน้อย การส่งเสริมการขายมีน้อย พนักงานไม่แนะนำผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ภายิต หิสาตสุทธิกุล (2542) ศึกษาวิจัยเรื่อง การแสดงฉลากภาษาไทยของเครื่องสำอางที่จำหน่ายในจังหวัดสตูล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาประเมินสถานการณ์การแสดงฉลากภาษาไทยของเครื่องสำอางที่จำหน่ายในท้องตลาดจังหวัดสตูล โดยการใช้แบบสำรวจที่สร้างขึ้น ออกสำรวจฉลากเครื่องสำอางตามร้านค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยทำให้ทราบสถานการณ์การแสดงฉลากภาษาไทยเครื่องสำอางที่จำหน่ายในจังหวัดสตูล นำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขในการดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่จำหน่ายในท้องตลาด เพื่อให้ข้อมูลกับผู้บริโภคมากที่สุดก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ

ณัฐพงศ์ ชาดา (2546) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานด้านการตลาด ของเครือข่ายกลุ่มธุรกิจชุมชนในตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด และเพื่อเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาด ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ กรรมการของกลุ่มเครือข่ายจำนวน 92 คน ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือน ตุลาคม-พฤศจิกายน 2545 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเป็นการศึกษาในเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรม SPSS for window และการศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง แสดงความคิดเห็นของการดำเนินงานด้านการตลาดในห้าด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการโฆษณาส่งเสริมการขายและด้านเครือข่าย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยการศึกษาสภาพการดำเนินงาน ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ จุดแข็ง จุดอ่อนโอกาส และอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร เพื่อให้ได้ข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาและมีผลสรุป คือ ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์สมุนไพรได้รับการพัฒนา