

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม:
กรณีศึกษา โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
The Production and Marketing of Tamarind Herbal Cleansing Cream:
A Case Study of Chao Phaya Abhaibhubejhr Hospital, Prachinburi Province.

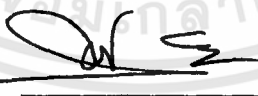
ของ

นางสาวนารีรัตน์ สุนศิริกุล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

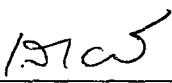
เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2544

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 5, 3, 44

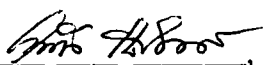
(ดร. วิรัช กระแสร์นัตร์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 5, 3, 44

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

รักษาการในตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาฯ

 5, 3, 44

(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนวยการ แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เรื่อง

การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าชะงาม:
กรณีศึกษา โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี
The Production and Marketing of Tamarind Herbal Cleansing Cream:
A Case Study of Chao Phaya Abhaibhubejhr Hospital, Prachinburi Province.



T097422

โดย

นางสาวนารีรัตน์ ขุนศิริกุล

ป.พ.

๙๖4๘๘๓

2543

เลขหมู่..... ๘7422

เลขทะเบียน.....

วัน,เดือน,ปี..... 9 JUN 2003

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2543

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

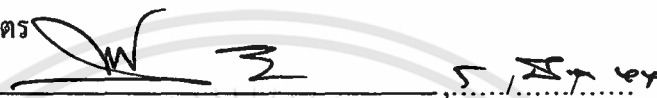
ชื่อเรื่อง: การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม กรณีศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยา
อภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

โดย: นางสาวนารีรัตน์ สุนศิริกุล

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ:



(วิรัช กระแสร์นัตร์)

กระแสการตื่นตัวทางด้านสุขภาพของประชาชนในปัจจุบัน ทำให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้ริเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ซึ่งสร้างความสนใจและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยมุ่งหวังว่าการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรนี้จะไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง อีกทั้งเป็นการสนับสนุนการใช้สมุนไพรแทนการใช้สารเคมีที่ก่ออันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามผลิตโดยเน้นคุณภาพ มีการคัดเลือกวัตถุดิบอย่างดีผ่านขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเลือกใช้ ราคาผลิตภัณฑ์กำหนดโดยการคำนวณต้นทุนการผลิตและสำรวจราคาผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าอื่นเพื่อให้เกิดความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่ายเน้นจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้บริโภคและสมาชิก มีการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย และจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดพบว่า จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามคือ เป็นผลิตภัณฑ์ผลิตจากสมุนไพร มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้เลือกและมีคุณภาพได้มาตรฐาน ทางด้านราคามีความเหมาะสมทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ มีช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้บริโภคและสมาชิก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย จุดอ่อนที่เกิดขึ้นคือ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อายุการเก็บรักษาสั้น ราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุดิบที่ใช้ผลิต สถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้อย ด้านโอกาสทางการตลาดคือ กระแสความนิยมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการส่งเสริมพืชสมุนไพรจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามกำลังเป็นที่นิยม แต่มีอุปสรรคในส่วนของคุณภาพวัตถุดิบและความไม่แน่นอนของราคาวัตถุดิบ

จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าทางโรงพยาบาลควรมีการนำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม เพิ่มขนาดผลิตภัณฑ์และปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ระวังการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะผลิตขึ้นเพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อยอดขายเดิม ควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายควรมีวิธีการและเพิ่มสถานที่จำหน่ายประจำในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น จัดทำชั้นวางผลิตภัณฑ์สมุนไพรของทางโรงพยาบาล ผักวางจำหน่ายที่ร้านค้าสหกรณ์ของโรงพยาบาลประจำจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด เพื่อเป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ออกสู่ตลาด นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรยังมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรอีกกว่า 35 ชนิด สำหรับผู้สนใจทำการศึกษาครั้งต่อไป ซึ่งผู้ทำการศึกษาควรเพิ่มเติมการศึกษาในส่วนของผู้บริโภคเพื่อสามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นจาก ดร.วิรัช กระแสร์ฉัตร อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ กรรมการปัญหาพิเศษที่ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนปรับปรุงปัญหาพิเศษให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบคุณคุณสมศักดิ์ เกตุหนี และคุณอดิศักดิ์ พุ่มอิม เจ้าหน้าที่ห้องคอมพิวเตอร์ที่เสียสละเวลาในการให้บริการห้องคอมพิวเตอร์และให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ตลอดระยะเวลาการทำปัญหาพิเศษ

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณน้ำทุกคนที่ให้การช่วยเหลือออกทุนทรัพย์และคอยเป็นกำลังใจในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ และขอบคุณ พี่อ้อ พี่เคียง เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ที่กรุณาให้ข้อมูลและคำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตลอดจนเพื่อนๆ สาขาบริหารธุรกิจเกษตรทุกคนที่ให้คำแนะนำ ให้การช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจตลอดมา

นารีรัตน์ ชุนศิริกุล

มีนาคม 2544

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง (4)

สารบัญภาพ (5)

สารบัญตารางผนวก (6)

บทที่ 1 บทนำ 1

 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา 1

 วัตถุประสงค์ของการศึกษา 4

 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

 ขอบเขตของการศึกษา 4

 นิยามศัพท์ 5

 วิธีการศึกษา 5

 การเก็บรวบรวมข้อมูล 5

 การวิเคราะห์ข้อมูล 5

บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี 7

 การตรวจเอกสาร 7

 ทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ 10

 ทฤษฎีต้นทุนการผลิต 10

 ต้นทุนผลิตภัณฑ์ 11

 ส่วนประกอบของต้นทุน 11

 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 12

 ผลิตภัณฑ์ 13

 ราคา 14

 ช่องทางการจำหน่าย 15

 การส่งเสริมการตลาด 15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	17
บทที่ 3 สถานะการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม	19
สถานะการผลิตของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม	19
ประวัติโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	19
ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม	20
แหล่งที่มาของวัตถุดิบภายในประเทศ	20
วัตถุดิบและการคัดเลือกวัตถุดิบ	22
ขั้นตอนการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม	25
ปริมาณการผลิต	26
ต้นทุนการผลิต	26
ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม	27
แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิต	28
การตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม	28
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	29
ช่องทางการจัดจำหน่าย	29
การประชาสัมพันธ์	30
แนวทางการขยายตลาด	31
ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาด	31
แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาด	31
องค์กรที่มีบทบาทส่งเสริมพืชสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร	32
องค์กรของไทยที่เกี่ยวข้องกับการค้นคว้า วิจัย พัฒนา พืชสมุนไพร	32
หน่วยงานสนับสนุน	32
บทที่ 4 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาด	34
การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด	34
ด้านผลิตภัณฑ์	34
ด้านราคาผลิตภัณฑ์	36
ช่องทางการจัดจำหน่าย	36
การส่งเสริมการตลาด	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	39
การวิเคราะห์จุดแข็ง	39
การวิเคราะห์จุดอ่อน	40
การวิเคราะห์โอกาส	41
การวิเคราะห์อุปสรรค	41
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	42
สรุป	42
ข้อเสนอแนะ	44
ด้านผลิตภัณฑ์	44
ด้านราคา	45
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	45
ด้านการส่งเสริมการตลาด	45
ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป	46
เอกสารอ้างอิง	47
ภาคผนวก	50

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกพืชสมุนไพรและเครื่องเทศและสารสกัดจากสมุนไพร ปี พ.ศ. 2532-2540	2
2	ประเทศที่นำเข้าสมุนไพรและเครื่องเทศ 10 รายการแรกจากไทยตามมูลค่าการนำเข้า ปี พ.ศ. 2537-2541 (ล้านบาท)	3
3	ปริมาณการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเดือนกันยายนปี พ.ศ. 2542-เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2543	21
4	พื้นที่เพาะปลูกพืชสมุนไพรและเครื่องเทศบางชนิดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2533-พ.ศ. 2537 (ไร่)	22
5	ผลผลิตพืชสมุนไพรและเครื่องเทศบางชนิดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2533-2537 (ตัน)	23
6	สมาชิกผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ปี พ.ศ. 2543	30

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	ขั้นตอนการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	รายชื่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยเบสร ปี พ.ศ. 2543	51
2	รายชื่อธุรกิจและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร	56
3	การเยี่ยมชมงานการแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเดือนพฤศจิกายน	60



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

สมุนไพรมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของคนไทยเป็นอย่างมาก คนไทยรู้จักนำพืชสมุนไพรมาใช้ประกอบอาหารและยารักษาโรคมานาน และการที่พืชสมุนไพรได้นำมารักษาโรคจนถึงปัจจุบันเนื่องมาจากการแพทย์ปัจจุบันยังกระจายไม่ทั่วถึงทำให้ร้อยละ 70-80 ของจำนวนครั้งความเจ็บป่วยต้องบำบัดด้วยยาแผนโบราณและสมุนไพร ซึ่งพบว่ายังใช้กับประชาชนร้อยละ 24.60 ของประชาชนทั้งประเทศ (นภกรณ์และจุฑาทิพย์, 2537: 1)

แนวโน้มความต้องการพืชสมุนไพรมีมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตยา อาหารเสริมสุขภาพและเครื่องสำอาง โดยในปี พ.ศ. 2538 ประเทศไทยสามารถส่งออกพืชสมุนไพรและเครื่องเทศเป็นมูลค่า 509.20 ล้านบาท และสารสกัดจากสมุนไพรคิดเป็นมูลค่า 244.80 ล้านบาท และได้เพิ่มขึ้นเป็น 843 ล้านบาทและ 303.50 ล้านบาท ตามลำดับในปี พ.ศ. 2540 (ตารางที่ 1) เมื่อพิจารณาถึงประเทศผู้นำเข้าสมุนไพรและเครื่องเทศจากประเทศไทยจะเห็นว่าประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหรัฐอเมริกา (ตารางที่ 2) สิ่งเหล่านี้เป็นข้อบ่งชี้ของโอกาสและความเป็นไปได้สูงที่จะผลิตพืชสมุนไพรในเชิงพาณิชย์ซึ่งสามารถจะพัฒนาให้เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญอันจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าของประเทศและยังช่วยให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้ (ชัชวาล, 2540: 59) มูลค่าการค้าพืชสมุนไพรของตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศมี แนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ในลักษณะอาหารเสริมและเครื่องสำอางมากขึ้น นักวิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าผลิตเครื่องสำอางจากสมุนไพร (รุ่งรัตน์, 2535: 20) ในส่วนของภาครัฐนั้นได้ให้ความสำคัญกับพืชสมุนไพรโดยในการประชุมสัมมนาเรื่องทิศทางการพัฒนาการเกษตรสาขาย่อยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้จัดให้พืชสมุนไพรเป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการส่งออกและมีความต้องการเพิ่มขึ้นทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศโดยได้ให้แนวทางการพัฒนาไว้ว่า การพัฒนาต้องเน้นการปรับปรุงคุณภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานสุขอนามัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์และขยายตลาดให้มากขึ้น (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2538: 6)

ตารางที่ 1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกพืชสมุนไพรและเครื่องเทศและสารสกัดจากสมุนไพร
ปี พ.ศ. 2532-2540

ปี พ.ศ.	สมุนไพรและเครื่องเทศ		สารสกัดจากสมุนไพร	
	(เมตริกตัน)	(ล้านบาท)	(เมตริกตัน)	(ล้านบาท)
2532	39,586	719.90	902.00	414.40
2533	51,547	693.40	363.00	222.40
2534	39,527	652.20	383.00	198.90
2535	53,600	934.70	478.00	242.00
2536	33,421	679.00	622.00	245.80
2537	29,960	512.40	600.00	239.10
2538	22,482	509.20	779.00	244.80
2539	29,029	630.90	616.00	225.50
2540	35,229	843.00	568.00	303.50

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2540: 8)

โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นโรงพยาบาลแพทย์พื้นบ้านของจังหวัดปราจีนบุรี ได้มีการอนุรักษ์ตำราการแพทย์ไทยโดยทางโรงพยาบาลได้เห็นความสำคัญของพืชสมุนไพรซึ่งนอกจากจะใช้ทำยาเพื่อเป็นการลดการใช้สารเคมีแล้วยังเป็นการลดปริมาณการนำเข้ายาแผนปัจจุบันจากต่างประเทศด้วย โรงพยาบาลทำการผลิตยาและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อใช้ควบคู่กับยาปัจจุบันในการรักษาผู้ป่วยภายในโรงพยาบาลเองและจำหน่ายแก่ผู้บริโภคคนนอกจากนั้นยังเป็นที่ริเริ่มการผลิตครีมล้างหน้ามะขามที่มีส่วนผสมของเนื้อมะขาม นมสด น้ำผึ้งและขมิ้นซึ่งใช้ทำความสะอาดผิวหนังให้มีสรรพคุณช่วยรักษาผิวพรรณทำให้ผิวหนังขาวด้วยกรดผลไม้ (Alpha Hydroxy Acid: AHA) เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์สมุนไพรนอกจากการใช้สารสังเคราะห์จากท่ออากาศระคายเคืองต่อผิวหนังและอันตรายต่อผู้ใช้ แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และเทคโนโลยีการผลิตยังไม่เทียบเท่ากับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั่วไปจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่แน่ใจในการเลือกบริโภค จึงควรมีการศึกษาถึงการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม ตลอดจนการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักแก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น ๆ และเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อไป

ตารางที่ 2 ประเทศที่นำเข้าสมุนไพรและเครื่องเทศ 10 รายการแรกจากไทยตามมูลค่าการนำเข้า
ปี พ.ศ. 2537-2541 (ล้านบาท)

รายการ	ปี พ.ศ.				
	2537	2538	2539	2540	2541
1. ปากีสถาน	48.30	39.50	33.80	60.20	124.70
2. สหรัฐอเมริกา	95.00	67.60	87.20	110.20	71.50
3. สหราชอาณาจักร	24.30	43.30	63.50	57.80	63.60
4. สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์	41.40	21.60	82.70	117.60	53.10
5. เม็กซิโก	0.00	2.10	0.00	2.00	40.20
6. เนเธอร์แลนด์	30.30	27.20	38.00	44.00	39.70
7. มาเลเซีย	42.10	47.20	57.10	66.90	37.80
8. สิงคโปร์	25.70	31.50	25.90	22.50	36.40
9. ซาอุดีอาระเบีย	9.90	7.00	9.50	30.20	34.80
10. ฝรั่งเศส	7.80	7.50	10.10	18.60	32.50
รวม 10 ประเทศ	324.80	294.60	407.70	529.90	534.20
ประเทศอื่น ๆ	187.60	214.60	223.30	313.10	155.30
มูลค่ารวม	512.40	509.20	630.90	843.00	689.50

ที่มา: (กระทรวงพาณิชย์, 2541: 3)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาวะการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงแหล่งที่มาวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบ ปริมาณการผลิต ต้นทุนการผลิต ขั้นตอนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม ตลอดจนปัญหาการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี
2. เพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี ให้เป็นที่ต้องการแก่ผู้บริโภคมากขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม กรณีศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและเภสัชกรฝ่ายผลิตในช่วงเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2543 ถึงเดือนมกราคม ปี พ.ศ. 2544 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่มาวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบ ปริมาณการผลิต ต้นทุนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และข้อมูลของส่วนประสมทางการตลาดอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม เพื่อให้ทราบถึงสภาวะการผลิตและเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี

นิยามศัพท์

ครีมล้างหน้ามะขาม หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นจากเนื้อมะขามที่มีส่วนผสมของนมสด น้ำผึ้ง และขมิ้นประกอบกันใช้ทำความสะอาดผิวหนัง

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีอันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลการผลิตและการตลาด โดยทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ประกอบด้วยข้อเท็จจริงทางด้านการผลิตและการตลาด จากการสัมภาษณ์แบบไม่มีแบบสอบถามโดยสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด เกษักรฝ่ายการผลิตครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยการรวบรวมข้อมูลทางสถิติ รายงานการศึกษานิตยสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานราชการและเอกชนต่าง ๆ ที่ได้รวบรวมไว้ อาทิ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการเกษตร ห้องสมุดพิทยาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ตลอดจนข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบไม่มีแบบสอบถามจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายการผลิตและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝ่ายการตลาดได้แก่ แหล่งที่มาวัตถุดิบ การคัดเลือกวัตถุดิบ ปริมาณการผลิตและขั้นตอนการผลิต มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อให้ทราบถึงสภาวะการผลิตครีมล้างหน้ามะขามและนำข้อมูลได้แก่ ราคาวัตถุดิบและต้นทุนการผลิต มาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยการคำนวณให้อยู่ในรูปแบบต้นทุนการผลิตเพื่อที่สามารถนำมาอธิบายต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามได้

2. การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกรฝ่ายการผลิตและเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดคือ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกมีองค์ประกอบคือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

3. ประมวลผลการวิเคราะห์ในข้อ 1 และข้อ 2 ของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมาทำการสรุปผลเพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎี

บทนี้กล่าวถึงการตรวจเอกสาร ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านการผลิตและการตลาด ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้า ภูมิศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งกล่าวถึงการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

การตรวจเอกสาร

สุนทรีย์ สิงหนุตตรา (2536) กล่าวว่า มะขามจัดเป็นพืชสมุนไพรที่มีสรรพคุณหลายประการ นำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งราก เปลือก ลำต้น แก่น ใบ เนื้อในฝัก เปลือกและเมล็ด โดยรากใช้แก้ท้องร่วง สมานแผล รักษาเริ่มและงูสวัด เปลือกต้นใช้พอกทาแผล ชะล้างบาดแผลเรื้อรังทุกชนิด แก่นใช้ขับโลหิต รักษาฝีในมดลูก ใบสดเป็นยาถ่าย ยาระบาย ขับลมในลำไส้ รักษาหวัด หยอดตา รักษาตาอักเสบ ขับเหงื่อ ต้มผสมกับสมุนไพรอื่น ๆ อาบหลังคลอดชำระร่างกายให้สะอาดขึ้น ฝักดิบมะขามใช้พอกเลือดและลดความอ้วน เป็นยาระบายและลดอุณหภูมิในร่างกาย บรรเทาไข้ เปลือกเมล็ดแก้ท้องร่วงได้ สมานแผลที่ปาก คอ ลิ้นและตามร่างกาย รักษาแผลสด ถอนพิษและรักษาแผลที่ถูกไฟลวก รักษาแผลเบาหวานได้อีกด้วย

เพชรวิทย์ เหมือนนวงษ์ญาติ (2537) กล่าวว่า มะขามเป็นไม้ต้นขนาดใหญ่โตช้าอายุยืนเป็นร้อยปีมีชื่อเรียกอื่น ๆ อีกเช่น ตะลุป (นครราชสีมา) ม่องโคกลง (กาญจนบุรี) อ่าเป็ยล (สุรินทร์) มะขามถูกนำมาใช้ได้ตั้งแต่ใบอ่อน ใบแก่ ดอก ฝักอ่อนและแก่ เมล็ดมะขามแก่และเนื้อไม้ โดยแต่ละอย่างจะมีประโยชน์ทางยาคือ ใบสดใช้ต้มน้ำอาบหลังคลอด ใช้ผสมกับสมุนไพรอื่นต้มน้ำอาบ เนื่องจากใบสดมีรสเปรี้ยวมีกรดหลายชนิดช่วยให้ผิวหนังสะอาดยิ่งขึ้นเนื้อไม้ที่แก่ (มะขามเปียก) ใช้เป็นยาระบายทั้งในคนและสัตว์ เมื่อต้มน้ำมะขามจะช่วยลดอุณหภูมิในร่างกายจึงเหมาะแก่คนที่มีอาการไข้สูงหรืออยู่ที่อากาศร้อนอบอ้าว การต้มน้ำมะขามนอกจากจะช่วยผ่อนคลายความร้อนแล้วยังช่วยลดอาการกระหายน้ำลงได้ เนื้อในของเมล็ดใช้ขับพยาธิในเด็ก นอกจากนี้มะขามเปียกยังช่วยปรุงแต่งรสเปรี้ยวในอาหารหรือปรุงเป็นอาหารอื่นๆ เช่น มะขามแก้ว มะขามคลุก และส่วนของเนื้อ ไม้มะขาม ใช้ทำเป็นเชียงที่มีคุณภาพดีมากเพราะเหนียวทน เห็นได้ว่ามะขามจัดเป็นพืชที่สร้างประโยชน์ได้มากมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพียว เหมือนวงษ์ญาติ (2539) กล่าวว่า สมุนไพรเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งคนส่วนใหญ่จะนึกถึงแต่ในส่วนของพืชที่นำมาใช้เป็นยารักษาโรค ในความเป็นจริงสมุนไพรได้มาจากพืช สัตว์ และแร่ธาตุ ตัวอย่างเช่น สมุนไพรจากพืช ได้แก่ ผักและผลไม้ เช่น จิง ไบเบย มะเขือเทศ มะขาม ว่านหางจระเข้ เป็นต้น สมุนไพรจากสัตว์ ได้แก่ เขากวาง ดีหมี คิงู จิ้งจก ตู๊กแก เป็นต้น แร่ธาตุที่ใช้เป็นสมุนไพร ได้แก่ น้ำปูนใส เกลือแกง ดีเกลือ เป็นต้น สมุนไพรถูกนำมาทำเป็นยา อาหาร และเครื่องสำอาง ในส่วนของเครื่องสำอางสมุนไพรมีประโยชน์ในทางยา คุณค่าทางอาหารและช่วยแก้กระหาย ทำให้จิตใจชุ่มชื้น เครื่องสำอางสมุนไพรบางชนิดสามารถช่วยผ่อนคลาย ความร้อน ทำให้อุณหภูมิในร่างกายลดลง เช่น น้ำมันมะขาม บางชนิดช่วยบำรุงหัวใจ เช่น น้ำมันไบเบย น้ำมันบัวบก บางชนิดมีคุณสมบัติช่วยย่อย ช่วยทำให้ธาตุปกติและฟอกเลือด เช่น น้ำมันมะเขือเทศ เครื่องสำอางสมุนไพรเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนยาที่ช่วยบำรุง ปกป้อง รักษาสภาวะร่างกายให้เกิดสมดุล ทำให้สุขภาพดี

ชัชวาล โห้สงวน (2540) ศึกษาถึงการที่จะพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดของพืชสมุนไพรต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพที่ดีได้ จำเป็นที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องประสานและร่วมมือ โดยเฉพาะการเผยแพร่ข้อมูลและความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงคุณภาพ ปริมาณ และการกระจายพันธุ์ ตลอดจนราคา ชนิดของผลิตภัณฑ์และความต้องการของตลาด เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนให้มีการรวมตัวกันของเกษตรกร ในรูปของกลุ่มและชมรมเพื่อให้มีการช่วยเหลือพึ่งพากัน มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีอำนาจการต่อรองเพิ่มสูงขึ้น สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพและการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดของสมุนไพรให้เข้มแข็งขึ้น การดำเนินการให้เกษตรกรรวมตัวกันอาจทำได้โดยการศึกษาวิธีการจากประสบการณ์การทำงานของกลุ่มและชมรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสมุนไพร ซึ่งได้ทำการก่อตั้งขึ้นก่อนหน้านี้

กัญญา ตระกูลชีวพานิตต์ (2543) กล่าวว่าเครื่องอุปโภคบริโภคที่ใช้กันอยู่เป็นประจำทุกวันส่วนใหญ่เกี่ยวกับการทำความสะอาดร่างกายดังนั้นตลาดสินค้าประเภทนี้ไม่มีวันตายจึงได้ทำการคิดค้นและผลิตสบู่เหลวสมุนไพร โดยการจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านสายบัว ตั้งอยู่ที่เขตคันนายาว สบู่เหลวหรือครีมอาบน้ำสามารถสร้างความสะอาดให้แก่ผู้ใช้โดยเทครีมแล้วใส่น้ำเล็กน้อยลูบได้ตามตัวจะเกิดฟองทำหน้าที่ชำระสิ่งสกปรกได้เหมือนสบู่ก้อน ส่วนผสมได้แก่ ไทรเอทาโนลามีน ลอริลซัลเฟต (หัวสบู่เหลว) โซเดียม ลอริล อีเธอร์ซัลเฟต (N8000) โซเดียม ลอริลซัลเฟต (ผงฟอง) โซเดียมคลอไรด์ (ผงซัก) หัวน้ำหอม (กลิ่นตามชอบ) มะขามเปียก แดงกวาหรือขมิ้นสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(เลือก 1 อย่าง) น้ำกลั่นและสียผสมอาหารเล็กน้อยเพียงเท่านี้ก็สามารณนำมาทำสบู่เหลวสมุนไพรได้ เช่นการทำสบู่เหลวมะขามทำได้โดยใช้มะขามเปียกที่ไม่มีเมล็ดและกะสาแทรกออกเรียบร้อยแล้ว ต้มกับน้ำ คั้นเอาแต่น้ำมะขาม กรองด้วยผ้าขาวบาง ตั้งพักไว้ให้เย็น ขั้นตอนต่อไปนำส่วนผสมที่กล่าวข้างต้นผสมกันใช้พายคนให้ละลายแล้วจึงนำน้ำสมุนไพรที่ตั้งเย็นแล้วใส่ลงไป จากนั้นนำมาควนไปในทางเดียวกันให้เนื้อครีมเนียนใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง เมื่อเย็นนำมาบรรจุขวดได้ หากเป็นสูตรขมิ้นก็ใช้น้ำมัน สูตรแดงกวาก็ใช้น้ำแดงกวา ใช้อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้นห้ามนำมาผสมกัน ส่วนสีที่ใส่เพิ่มความสวยงามนั้นหากเป็นสูตรมะขามใส่สีน้ำตาลอ่อน สูตรแดงกวาใส่สีเขียวอ่อน สูตรขมิ้นไม่ต้องใส่สีเพราะสีขมิ้นสวยอยู่แล้ว เห็นได้ว่าสบู่เหลวนี้นี้ไม่จำเป็นต้องใส่สารกันบูด อายุประมาณ 3-6 เดือน ใช้ชำระร่างกายได้เหมือนสบู่ทั่วไป

นิรนาม (2543ก) กล่าวว่า มะขามไทยมีหลายพันธุ์ เช่น มะขามจี๊แมว มะขามหวาน มะขามเปรี้ยว เป็นต้น มะขามที่นิยมใช้ทำยา คือ มะขามเปรี้ยว หรือมะขามกระดาน ซึ่งมีสรรพคุณหลายอย่าง ใบแก่ใช้ขับเสมหะในลำไส้ ฟอกโลหิต แก้บิด แก้ไอ เนื้อในฝักแก้ท้องผูก แก้กระหายน้ำ นำไปคั้นกับน้ำใช้ขัดผิวหนังและผิวตัว เปลือกเมล็ดแก้ท้องร่วง แก้อาเจียน สมานแผล เมล็ดในใช้ขับพยาธิไส้เดือน เปลือกต้นแก้เหงือกบวม ข่าแมงกินฟันและพยาธิผิวหนัง

นิรนาม (2543ข) กล่าวว่าการใช้พืชสมุนไพรจากธรรมชาติสามารถนำมาทำเป็นครีมล้างหน้าได้คือนำน้ำมะขามเปียก นมสดและน้ำผึ้ง (น้ำผึ้งใช้เพียงครึ่งเดียวของมะขาม) นำไปตั้งไฟอ่อน ๆ คนให้เข้ากันทิ้งไว้ให้เย็นสามารถนำมาใช้ล้างหน้าได้ วิธีใช้คือล้างหน้าด้วยน้ำเปล่าเช็ดให้แห้งทาครีมมะขามเปียกให้ทั่วใบหน้าและลำคอ ทิ้งไว้สักครู่แล้วล้างออกตามปกติ แต่มีข้อควรระวังคือ หลีกเลี่ยงการทาบริเวณรอบดวงตาเพราะเป็นส่วนที่บอบบางและถ้าอยากให้ได้ผลมีประสิทธิภาพมากขึ้นควรทาครีมขณะที่ยังเย็นหรือเพิ่งนำออกมาจากตู้เย็นเพราะความเย็นทำให้รูขุมขนเล็กลงผิวจะเนียนเรียบขึ้น

นิรนาม (2543ค) กล่าวว่า เนื้อฝักแก่ของมะขาม (มะขามเปียก) มีรสเปรี้ยวจัดเป็นส่วนที่นำมาทำยาได้เช่น นำเนื้อมะขามเปรี้ยวจิ้มเกลือคั้นน้ำตามมาก ๆ หรือจะนำมากั้นเค็มเกลือเล็กน้อย คั้นแก้อาการท้องผูกและอาการไอระคายคอกจากเสมหะ เนื่องจากเนื้อมะขามมีกรดทาร์ทาริก กรดซิตริก มีรสเปรี้ยวจึงบรรเทาอาการดังกล่าวได้

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ทฤษฎีต้นทุนผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (ศิริวรรณและคณะ, 2537) กรณีศึกษาการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี

ทฤษฎีต้นทุนการผลิต

ความหมายของต้นทุนอาจมีความหมายได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ใช้ ในแง่ของบัญชีต้นทุนคือจำนวนเงินที่จ่ายไปเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ จำนวนเงินนี้อาจเป็นเงินสดหรือไม่ก็ได้ แต่จะต้องแสดงในลักษณะตัวเงิน (monetary unit) ต้นทุนของสินค้าหรือบริการจะเป็นเท่าไรขึ้นอยู่กับผู้ขาย อาทิเช่น ถ้าท่านต้องการซื้อเรือ 1 ลำ อาจจะมีผู้มาเสนอราคามากมายในราคาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดและอุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนแบบของเรือแต่ละลำ และมีราคาที่แตกต่างกันแน่นอนว่าเป็นเท่าไรในแบบนั้น แต่ถ้าเป็นการผลิตสินค้าหรือผลิตการขายบริการการคิดต้นทุนย่อมยุ่งยาก อย่างเช่น ในกรณีการสร้างเรือขึ้นมาเอง 1 ลำ ต้นทุนของเรือก็คือ วัสดุส่วนประกอบ ตัวเรือ และค่าใช้จ่ายที่ประกอบเป็นเรือ เช่น วัสดุ ค่าแรง ค่าเสื่อมราคา เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ใช้ประกอบเรือ ฯลฯ การคำนวณหาค่าวัสดุคิบ (อาทิเช่น ไม้) ค่าแรงในการประกอบย่อมคำนวณหาได้ง่าย แต่ถ้าเป็นค่าเสื่อมราคา เครื่องมือ เครื่องใช้ และค่าเช่าสถานที่ต่อเรือ ค่าไฟฟ้า เครื่องอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในการประกอบเรือนั้น ซึ่งค่อนข้างที่จะยุ่งยากที่จะแบ่งสรรมาเป็นต้นทุนของเรือเท่าไร ค่าใช้จ่ายเหล่านี้เราเรียกว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิต (manufacturing overhead) โดยทั่ว ๆ ไปค่าใช้จ่ายโรงงานหรือค่าใช้จ่ายในการผลิตทั่ว ๆ ไปจะจำแนกได้ 5 ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกันดังนี้ (สุภาพร, 2536: 87)

1. ค่าเช่าอาคารสถานที่หรือค่าเสื่อมราคาอาคารสถานที่
2. ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เครื่องมือ หรือค่าเช่าเครื่องจักร เครื่องมือ
3. ความร้อน แสงสว่าง และพลังงาน
4. ค่าประกัน และภาษีเกี่ยวกับตัวโรงงานเอง
5. ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา

นอกจากนั้นอาจมีค่าสวัสดิการคนงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาลคนงาน ค่ากองทุนเงินทดแทน บำเหน็จ ฯลฯ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการถือครองสินค้าอยู่ในมือ ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นต้นทุนทางอ้อมของผลิตภัณฑ์หรือโซ่หุ้ยการผลิตนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้นทุนผลิตภัณฑ์

ในการคำนวณหากำไรในงวดหนึ่ง ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการนำเอาค่าใช้จ่ายส่วนที่ก่อให้เกิดรายได้หรือสัมพันธ์กับรายได้มาหักออกจากรายได้เพื่อให้เหลือเป็นผลกำไร ดังนั้น การพิจารณาค่าใช้จ่ายของงวดก็ต้องดูว่า ต้นทุนจำนวนไหนที่เป็นตัวก่อให้เกิดรายได้และควรนำเข้ามารวมไว้เป็นค่าใช้จ่ายในงวดนั้น รายได้ที่เกิดขึ้นในงวดใดก็ควรนำค่าใช้จ่ายที่สัมพันธ์กันมาหักลบในงวดนั้น ตัวอย่างเช่น ค่าเช่าโรงงานสำหรับปีไม่ควรถือหักเป็นค่าใช้จ่ายของปีที่ให้บริการจากอาคารนั้น หากว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ยังมีได้ขายไป เพราะถือว่าต้นทุนค่าเช่าโรงงาน เกิดเพราะความต้องการผลิตสินค้า เพราะฉะนั้นต้นทุนค่าเช่าถือเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการผลิตจึงควรนำไปหักกับรายได้ที่ได้จากการขายสินค้านั้น ในเมื่อสินค้ายังไม่ได้นำออกขาย ต้นทุนสินค้าก็ยังติดอยู่กับตัวสินค้า จะหักเป็นค่าใช้จ่ายได้ก็ต่อเมื่อได้ขายสินค้าไปเท่านั้น ค่าเช่าโรงงานจึงเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนผลิตภัณฑ์ แม้ว่ามันจะเกิดขึ้นตามระยะเวลาที่ผ่านไปก็ตาม เช่นเดียวกับต้นทุนการผลิตอื่น ๆ หากเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแล้วจะถูกพิจารณาว่าเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น ถ้าหากว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในระหว่างงวดขายไปได้ในงวดที่ผลิตก็จะไม่มีข้อแตกต่างว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นควรเป็นต้นทุนระหว่างงวดหรือต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพราะว่าต้นทุนจะถูกนำไปหักออกจากรายได้เพื่อหากำไรในงวดเดียวกัน แต่ถ้าหากว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ขายไปไม่หมดในงวดนั้นและยังเหลืออยู่เป็นของคงคลัง การพิจารณาด้านทุนประเภทเดียวกับค่าเช่าว่าเป็นต้นทุนสำหรับงวดจะทำให้แสดงกำไรต่างกับการพิจารณาให้เป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ (เรวัตร์, 2533: 4)

ส่วนประกอบของต้นทุน

ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต คือต้นทุนที่เกี่ยวข้องในการทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม เช่น ต้นทุนในการเย็บเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปประกอบด้วยวัสดุที่นำมาประกอบเป็นตัวเสื้อ (เช่น ผ้า ด้าย กระจก) การผลิตต้องใช้แรงงานคนเพื่อให้วัสดุดิบเป็นรูปร่างเป็นเสื้อขึ้นมา (ตัด เย็บ ตัดกระจก) ต้นทุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกได้แก่ ค่าสถานที่ ค่าไฟฟ้า ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรสำหรับตัดเย็บ เงินเดือนหัวหน้าคนงานคอยดูแล เป็นต้น ดังนั้นในทางปฏิบัติจึงได้แบ่งแยกส่วนประกอบของต้นทุนเป็น 3 ชนิด คือ

1. วัสดุทางตรง (direct materials)
2. แรงงานทางตรง (direct labor)
3. โสหุ้ยการผลิต (manufacturing overhead)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุดิบทางตรง คือ ต้นทุนวัตถุดิบที่เข้าไปเป็นส่วนสำคัญของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเห็นได้ชัดว่าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์และวัดจำนวนได้ง่าย เช่น การเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าเป็นวัตถุดิบทางตรง ส่วนด้ายหรือกระดุมเป็นวัตถุดิบทางอ้อมเพราะวัดจำนวนที่ใช้ไม่ได้แน่นอน หรืออาจวัดได้แต่เป็นส่วนประกอบแค่นิดเดียวราคาทุนไม่มากนัก เพื่อให้สะดวกถือเป็นวัตถุดิบทางอ้อม วัตถุดิบทางตรงของผลิตภัณฑ์อาจมีมากกว่า 1 ชนิดก็ได้ หากผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบหลายอย่างเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น การผลิตช็อกโกแลต ต้องใช้ทั้งนม น้ำตาล และโกโก้ เป็นส่วนประกอบสำคัญ ถือเป็นวัตถุดิบทางตรงทั้งสามอย่าง

แรงงานทางตรง คือ ต้นทุนแรงงานที่อาจติดตามได้โดยตรงในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างต้องใช้แรงงานคนกี่คนเป็นเวลากี่ชั่วโมง กี่นาทีจึงจะสำเร็จ เช่น ตัวอย่างการเย็บเสื้อ 1 ตัว ใช้เวลาเย็บปกเย็บแขน เข้าตัว เข้าปก เข้าแขน พับริมจนเสร็จเป็นตัวเสื้อก็ชั่วโมงแล้วคูณด้วยอัตราค่าจ้างต่อชั่วโมงก็จะได้ทุนแรงงานทางตรง คนงานที่ทำหน้าที่ผลิตจะใช้เวลาส่วนใหญ่ในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่านั้น เช่น ใช้เวลาเย็บอย่างเดียว แต่อาจมีโอกาสด้ายขาด ด้ายหมดต้องสนเข็มใหม่ เขี่ยเศษผงออกจากจักร หยอดน้ำมันจักร เดินไปคัมน้ำ เข้าห้องน้ำ เวลาเหล่านี้อาจไม่คิดเข้าเป็นต้นทุนของตัวเสื้อที่อยู่ระหว่างการเย็บได้ หรือเป็นเวลาที่ล่วงเลยไปไม่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ถือเป็นแรงงานทางอ้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโซ่ห่วยการผลิต พวกเงินเดือนหัวหน้าคนงาน เงินเดือนวิศวกร เงินเดือนช่างซ่อม หรือเงินเดือนคนทำความสะอาดโรงงาน ถือเป็นแรงงานทางอ้อมทั้งหมด

โซ่ห่วยการผลิต ประกอบด้วยต้นทุนการผลิตทั้งหมดนอกเหนือไปจากวัตถุดิบทางตรงและแรงงานทางตรง ดังนั้นโซ่ห่วยการผลิตจึงรวมเอาต้นทุนรายการต่าง ๆ ไว้ เช่น วัตถุดิบทางอ้อม แรงงานทางอ้อม ของใช้สิ้นเปลือง ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าแสงสว่าง ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา ค่าประกันภัย ค่านายหน้า เป็นต้น (เรวัตร์, 2533: 14)

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดพื้นฐานที่ใช้ทั่วไปในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ซึ่ง 4P ย่อมาจาก ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัวคือ ผลิตภัณฑ์ ระดับราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันมากในการร่วมกันสร้างเป็นภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ตัวนั้นให้สอดคล้องกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารทางการตลาดที่จะต้องตระหนักถึงปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวและประสานงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้กลยุทธ์ทางการตลาดดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 มีความสำคัญดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากในทางการตลาด ถ้าผู้บริหารทางการตลาดได้พบกับผลิตภัณฑ์ที่ดีและได้จัดการกับผลิตภัณฑ์ของตนเป็นอย่างดีทุกสิ่งทุกอย่าง ความสำเร็จจะตกอยู่กับบริษัททันทีจะกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และในส่วนของผลิตภัณฑ์ก็จะประกอบไปด้วย การจัดสายผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ฮีปห่อ และบริการที่จะให้ควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่สามารถนำไปเสนอแก่ลูกค้าเพื่อเรียกร้องความสนใจ ความคิดใคร่เป็นเจ้าของ และความต้องการที่จะใช้สอยหรือบริโภค ผลิตภัณฑ์เป็นทั้งวัตถุที่เป็นรูปร่าง เป็นบริการ เป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับบุคคล สถานที่ องค์กร และความคิดขององค์กรประกอบหลาย ๆ อย่างที่รวมกันแล้วสามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อให้เกิดความพอใจบางประการจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นหรือผลตอบแทนใด ๆ ที่ผู้ซื้อคาดว่า จะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

การพิจารณาในเรื่องของผลิตภัณฑ์อาจแตกต่างกันไปในหมู่ผู้ซื้อและผู้ขาย อย่างไรก็ตามทำให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินการทางการตลาด เช่น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพื่อให้สามารถต่อสู้กับการแข่งขันได้ ผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ในรูปลักษณะต่าง ๆ 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ (the tangible product) คือ ส่วนที่เป็นตัวผลิตภัณฑ์รวมถึงตรายี่ห้อและฮีปห่อ
2. สิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้จากตัวผลิตภัณฑ์ (the generic product) เป็นความนึกคิดหรือความหวังที่ผู้บริโภคคาดคิดว่า ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปนั้นจะทำประโยชน์อะไรให้แก่เขาได้บ้าง จะแก้ปัญหาให้เขา จะทำให้ชีวิตดีขึ้น หรือจะตอบสนองความต้องการอย่างหนึ่งอย่างใดโดยเฉพาะให้แก่เขาได้
3. บริการหรือสิ่งอื่น ๆ ที่อาจขายพ่วงไปกับผลิตภัณฑ์ (the extended product) เช่น การส่งมอบการติดตั้ง บริการซ่อมแซม การรับประกัน การให้คำแนะนำในเรื่องการใช้และการบำรุงรักษาและอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคา

การพิจารณาเกี่ยวกับการกำหนดราคา และการจัดการอื่นใดที่เกี่ยวกับราคา เป็นหน้าที่หนึ่งของผู้บริหารการตลาด คำถามที่ผู้บริหารจะตอบตัวเองก็คือว่า จะกำหนดราคาอย่างไรจึงจะได้ราคาที่เหมาะสมและเป็นผลดีแก่บริษัท มีกลยุทธ์ใด ๆ ที่ควรนำมาใช้เกี่ยวกับการกำหนดราคาหรือไม่ บริษัทจะกำหนดนโยบายหลัก ๆ เกี่ยวกับการกำหนดราคาอย่างไร เมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งบริษัทจะเปลี่ยนแปลงราคาหรือไม่ อย่างไร

ความหมายของราคา

ถ้าจะพิจารณากันอย่างผิวเผิน ราคา ก็คือ มูลค่าและบริการของสินค้าที่ผู้ขายจะได้รับหรือผู้ซื้อจะต้องชำระ แต่สำหรับในทางการตลาดในปัจจุบัน ราคาที่ตั้งขึ้นนั้นอาจไม่ใช่ราคาจริงที่จะซื้อขายกัน ราคาที่ซื้อขายจริงคือราคาที่ผ่านมาการปรับลด หรือได้นำส่วนลดที่ลูกค้าจะพึงได้รับไปหักออกจากราคาที่ตั้งไว้แล้ว แต่ก็มีอยู่บ่อยครั้งเหมือนกันที่ลูกค้าบางคนจะต้องซื้อในราคาที่ตั้งไว้ก็ไม่เข้าข่ายที่จะได้รับส่วนลดดังกล่าวคือ ราคาที่ตั้งไว้ (list price) หมายถึง ราคาที่ระบุไว้ที่ตัวสินค้าหรือหีบห่อสินค้าสำหรับราคาสุดท้าย (final price) หมายถึง ราคาที่ตั้งหักด้วยส่วนลด (discount) และส่วนยอมให้ต่าง ๆ (allowance)

ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ส่วนทางด้านผู้ขาย ราคามีความหมายต่อรายรับและกำไรมาก กล่าวคือ ถ้าสามารถกำหนดราคาได้สูง ผลกำไรที่จะเกิดตามมาก็ย่อมจะสูงตามไปด้วยราคาจะมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเมื่อตอนที่เศรษฐกิจตกอยู่ในช่วงภาวะเงินเฟ้อ (inflation) เมื่อสินค้าราคาสูง ผู้ซื้อไม่มีใครที่จะซื้อ ผู้ซื้อจึงต้องหันไปซื้อสินค้าชนิดอื่นที่พอจะทดแทนกันได้ ลูกค้าแต่ละคนพยายามที่จะเพิ่มมูลค่าเงินของตน โดยเลือกที่จะใช้จ่ายในทางที่ให้ผลดีแก่ตนมากกว่า ส่วนในการตลาดระหว่างประเทศ ราคาเป็นสิ่งที่ต้องคิดคำนึงอยู่ไม่น้อย สินค้าจากประเทศต่าง ๆ ต่อสู้กันด้วยราคา

ในระบบธุรกิจทุกวันนี้ ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะไม่ขายสินค้าของตนตรงสู่ผู้บริโภค ผู้ผลิตจะอาศัยคนกลางซึ่งมีอยู่หลายประเภทและหลายระดับเรียงรายกันอยู่ตลอดช่องทางการจำหน่าย นับจากโรงงานของผู้ผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภค คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายปฏิบัติหน้าที่ต่างกันและมีชื่อเรียกต่างกันไป คนกลางบางจำพวกจัดการซื้อหาสินค้ามาด้วนตนเอง มีสิทธิ์ในสินค้าโดยสมบูรณ์ และดำเนินการขายต่อโดยอิสระคนกลางประเภทนี้ประกอบไปด้วย พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีก ส่วนคนกลางอีกจำพวกหนึ่งไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้า แต่มีหน้าที่อำนวยความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้สินค้าเคลื่อนที่จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค คนกลางประเภทนี้ ได้แก่ นายหน้า ตัวแทนผู้ผลิต และตัวแทนขาย สำหรับการตัดสินใจในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการตัดสินใจที่สำคัญอย่างหนึ่งในทางการตลาด

ช่องทางการจำหน่าย

ในช่องทางการจำหน่ายจะมีผู้ผลิต ผู้บริโภค และคนกลางมาเกี่ยวข้องกันอยู่ในรูปเส้นทางการเดินของสินค้าที่เริ่มจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ถ้าจะให้คำจำกัดความของช่องทางการจำหน่ายก็จะได้ว่าช่องทางการจำหน่ายคือ “เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ไต่ ๆ เดินทางผ่านผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ทั้งนี้อาจมีการผ่านคนกลางระดับต่าง ๆ ก่อนถึงมือผู้บริโภค” ดังนั้นผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ จำเป็นต้องมีเส้นทางเดินหรือช่องทางการจำหน่ายไม่แบบใดก็แบบหนึ่งเป็นการเฉพาะ และมีจุดหยุดพักในเส้นทางเดินอยู่หลายจุด จนกว่าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จะถึงผู้บริโภค

การจัดจำหน่ายมีความสำคัญคือ การเข้ามาพัฒนาและช่วยเหลือในการแลกเปลี่ยนซึ่งหมายถึงการซื้อและการขายสินค้า ดังนั้นการจัดจำหน่ายจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่าย คือทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ถ้าไม่มีสถาบันทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง จะทำให้สูญเสียทรัพยากรและเวลาในการแลกเปลี่ยนสินค้าอย่างมาก

การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสาร (communication) จากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังลูกค้าเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ตนมีขายอยู่ในตลาด พร้อมเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการที่เสนอขายนั้น การแจ้งข่าวสารอาจทำในรูป การโฆษณา การพูดขายของ พนักงานขาย การแถลงข่าว และกิจกรรมกระตุ้นตลาดอื่น ๆ อีกหลายอย่าง เพื่อให้เกิดการซื้อ ส่วนเครื่องมือการส่งเสริมทางการตลาด บริษัทมีเครื่องมือต่าง ๆ 4 รูปลักษณะ ที่จะใช้ติดต่อสื่อสารไปสู่ลูกค้า เพื่อบอกกล่าวเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการของบริษัท ดังนี้

1. การโฆษณา (advertising) การติดต่อสื่อสารผ่านทางสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา นิตยสาร หรือส่งตรงทางไปรษณีย์ โดยที่ผู้โฆษณาหรือเจ้าของสินค้าและบริการจะต้องเสียค่าตอบแทน สำหรับการโฆษณาในครั้งนั้น

2. การขายโดยพนักงานขาย (personal selling) พนักงานขายพูดโดยตรงกับลูกค้าเพื่อโน้มน้าวเชิญชวนให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า

3. การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การใช้สิ่งล่อใจระยะสั้นเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าซื้อสินค้าโดยทันที มีการใช้คูโปง ของแถม การแจกของตัวอย่าง การชิงรางวัล การจัดนิทรรศการ การสาธิตสินค้า และงานแสดงสินค้า

4. การประชาสัมพันธ์ (public relation) แผนงานหลายอย่างของบริษัทที่จะช่วยก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อบริษัทรวมถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัท กิจกรรมที่เป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์มีการบริจาคช่วยเหลือสังคมเมื่อคราวต้องอุบัติภัย การให้ทุนการศึกษาแก่สถานศึกษา การรับเป็นเจ้าภาพหรือผู้อุปถัมภ์การแข่งขันกีฬา และการบริการสังคมในด้านอื่น ๆ อีกรวมมา การออกข่าว (publicity) เป็นเครื่องมือสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เพราะการออกข่าวเกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะช่วยให้ลูกค้าและประชาชนมีความรู้และมีความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทอันจะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี หรือภาพพจน์ที่ดีต่อบริษัท ข้อแตกต่างประการหนึ่งของการออกข่าวและการโฆษณา คือ การโฆษณาจะต้องเสียค่าอุปถัมภ์รายการ แต่การออกข่าวไม่ต้อง

ในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดครั้งหนึ่ง ๆ บริษัทอาจเลือกเพียงเครื่องมือเดียวหรือหลาย ๆ เครื่องมือมาผสมกันเพื่อโน้มน้าวชักจูงใจลูกค้าก็ได้ การผสมผสานเครื่องมือต่าง ๆ ดังกล่าว เรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (promotion mix) และถ้ากล่าวในเชิงเศรษฐศาสตร์การส่งเสริมการตลาดทำขึ้นเพื่อผลทางการขายของบริษัท คือ ต้องการให้มียอดขายถึงระดับที่กำหนด หรือมากขึ้นในระดับที่พึงพอใจ กิจกรรมใด ๆ ที่จะทำให้การส่งเสริมการตลาดประสบความสำเร็จจะต้องมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ต้องเรียกร้องความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ต้องมีความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย
3. จะต้องเร่งเร้าความต้องการของผู้ซื้อได้

ลักษณะสำคัญ 3 ประการดังกล่าว ได้มีผู้มีชื่อเสียงในวงการโฆษณาเสนอเป็นแนวคิดไว้ เรียกว่า AIDA concept ประกอบด้วยกิจกรรมที่มี 4 ขั้นตอนที่มีความสำคัญต่อเนื่องกัน ดังนี้

1. ทำให้เกิดการเรียกร้องความสนใจ (to get attention)
2. สามารถรักษาความสนใจให้คงที่ (to hold interest)
3. เร่งเร้าจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการ (to arouse desire)
4. เกิดพฤติกรรมการซื้อ (ตอบสนอง) (to obtain action)

เมื่อตอนที่บริษัทจะออกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์รุ่นใหม่ หรือตอนที่จะมีงานแสดงสินค้าใหม่เจ้าของสินค้าหรือผู้จัดทำรายการจะทำการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก มีทั้งการออกข่าว การจัดงานการเปิดตัวสินค้า การโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และแผ่นป้าย โฆษณาตามถนนหนทาง รวมถึงการส่งใบปลิว แผ่นพับแจกลูกค้า และอื่น ๆ การส่งเสริมการตลาดช่วยให้ผู้ผลิตและผู้ขายประสบความสำเร็จในธุรกิจของตน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (4P) ซึ่งเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์พื้นฐานทางการตลาดโดยทั่วไป จะทำให้เกิดความเข้าใจในการศึกษาเรื่องสภาพแวดล้อมทางการตลาดอันประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกบริษัท ซึ่งจะทำให้สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดโดยสรุปได้ 4 ประเด็น คือ วิเคราะห์จากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เกิดขึ้นโดยเรียกการวิเคราะห์แบบนี้ว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) สำหรับ SWOT นั้น ย่อมาจาก Strengths (จุดแข็ง) Weaknesses (จุดอ่อน) Opportunities (โอกาส) Threats (อุปสรรค) ของบริษัทหรือของผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง ซึ่ง SWOT ได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางการตลาดมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในธุรกิจระดับบริษัทหรือระดับประเทศเปรียบเทียบกัน สภาพแวดล้อมภายในซึ่งก็คือ ปัจจัยด้านการตลาด การเงิน การผลิต และองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในธุรกิจ เช่น ทรัพยากรมนุษย์ ระบบการบริหาร เป็นต้น ในส่วนนี้กล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจเอง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง (strength) คือ การพิจารณาการได้เปรียบเป็นจุดเด่นหรือความสามารถที่เหนือกว่าของธุรกิจ หากเป็นบริษัทจะพบว่าบริษัทใหญ่ย่อมได้เปรียบในเรื่องของชื่อเสียง ฐานะทางการเงินที่เข้มแข็ง มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถสูง มีเทคโนโลยีที่เหนือกว่า การแข่งขันย่อมได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่มีขนาดเล็กกว่า

1.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน (weakness) คือ การพิจารณาความเสียเปรียบ ซึ่งเป็นความสามารถที่ด้อยกว่าคู่แข่งทางธุรกิจ อาจเป็นปัญหาของธุรกิจที่จะต้องทำการแก้ไขให้ได้หรือลดความเสียเปรียบลงให้ได้ต่ำสุด ให้เหมาะสมกับสภาพการแข่งขันทางธุรกิจ จุดอ่อนนี้จะมิอยู่ในธุรกิจอยู่เสมอ มากบ้างน้อยบ้าง

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจนั้น ๆ โดยวิเคราะห์ทั้งสิ่งแวดล้อมจุลภาคและมหภาค เพื่อทราบว่าสภาพแวดล้อมภายนอกโดยรวมนั้นจะสร้างโอกาส หรืออุปสรรคต่อการดำเนินงานของธุรกิจอย่างไร

2.1 การวิเคราะห์โอกาส (opportunity) เป็นปัจจัยเอื้ออำนวยที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น แนวโน้มทางการค้าของโลกจะเปิดเสรีมากขึ้น แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศอุตสาหกรรมที่สนใจและตื่นตัวกับกระแสผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อเป็นการส่งเสริมและเป็นโอกาสให้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพในการส่งออกในอนาคต

2.2 การวิเคราะห์อุปสรรค (threat) คือ การวิเคราะห์ข้อจำกัดเป็นการพิจารณาว่าสภาพแวดล้อมภายนอกได้สร้างผลกระทบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจขึ้นมา โดยที่ข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคสำคัญของธุรกิจ คือ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เป็นต้น

บทที่ 3

สภาวะการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม

บทนี้กล่าวถึงสภาวะการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สภาวะการผลิตของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม

ประวัติโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นโรงพยาบาลพื้นบ้านของจังหวัดปราจีนบุรี ก่อตั้งมานานกว่า 59 ปี มีประวัติความเป็นมาคือเดิมท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์) ได้จ้างเหมาบริษัทโฮวาร์ดเออร์สกินตามศิลปะบาโร้คของตะวันตกก่อตั้งตึกขึ้นเพื่อประสงค์ให้เป็นที่ประทับแรมของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวหากเสด็จมณฑลปราจีนบุรีและตึกนี้ยังใช้เป็นที่ประทับแรมของพระบรมวงศานุวงศ์อีกหลายพระองค์ トラบจนท่านเจ้าพระยาอภัยภูเบศรสิ้นอายุขัยในปี พ.ศ. 2465 ตึกจึงตกเป็นของตระกูลอภัยวงศ์ ซึ่งภายหลังได้ให้กรรมสิทธิ์ประทานที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดแก่มณฑลทหารบกที่ 2 จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อใช้เป็นสถานพยาบาลแก่ทหารและประชาชนทั่วไป ต่อมาโอนมาเป็นของสาธารณสุข ได้ทำการเปิดเป็นโรงพยาบาลประจำจังหวัดเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน ปี พ.ศ. 2484 และเปลี่ยนชื่อเป็นโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัย- ภูเบศรในวันที่ 24 มิถุนายน ปี พ.ศ. 2509 เพื่อรำลึกถึงบุญคุณของท่านผู้สร้างตึกและสร้างความเจริญรวมทั้งสาธารณสุขสมบัติให้กับจังหวัดปราจีนบุรีอย่างมากมาย โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัย- ภูเบศรได้อุรุกษ์ตำราการแพทย์แผนไทยโดยคณะเภสัชกรของโรงพยาบาลได้เห็นถึงความสำคัญของพืชสมุนไพรจึงทำการศึกษาค้นคว้าและสามารถนำมาผลิตเป็นยารักษาโรคให้แก่ผู้ป่วยได้ซึ่งเป็นการลดการใช้สารเคมีและยังเป็นการลดการนำเข้ายาแผนปัจจุบันจากต่างประเทศอีกด้วย จากการเริ่มต้นผลิตและผลที่ดีของยาสมุนไพรทำให้มีการค้นคว้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่าง ๆ อีกหลายชนิด ปัจจุบันโรงพยาบาลมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรกว่า 36 ชนิดเช่น ครีมล้างหน้ามะขาม สบู่เปลือกมังคุด สบู่ขมิ้น ยาสระผมชิง ครีมนวดผมอัญชัน น้ำมันหมักผมมะขามป้อม-สมอไทย ยาสีฟันสมุนไพร น้ำสมุนไพร ยาสมุนไพร ฯลฯ ซึ่งผลิตและจำหน่ายที่ร้านค้าสมุนไพรของทางโรงพยาบาล ด้วยสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมทั้งกระแสความนิยมของสมุนไพรทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับสุขภาพมากขึ้นอีกทั้งการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรยังเป็นการช่วยลดการใช้สารเคมีก่อนอันตรายต่อสุขภาพและเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมจึงทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม

มะขามเป็นพืชสมุนไพรอีกชนิดที่ทางโรงพยาบาลให้ความสนใจนำมาศึกษาและผลิตขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ของทางโรงพยาบาล นอกจากมะขามจะมีสรรพคุณทางด้านเภสัชวิทยาแล้วยังเป็นพืชสมุนไพรที่มีการผลิตภายในประเทศ มีการปลูกกันทั่วไปบริเวณบ้านหรือสวนผลไม้เพื่อนำมาใช้ประกอบอาหารและยังจัดอยู่ในประเภทพืชสมุนไพรที่ปลูกในประเทศและมีการส่งออกอยู่แล้ว อีกทั้งมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้ส่งออกมากขึ้นมะขามจึงนำมาผลิตเป็นครีมล้างหน้ามะขามโดยเภสัชกรฝ่ายการผลิตซึ่งมีการนำนมสด น้ำผึ้งและขมิ้น มาเป็นส่วนผสมในเนื้อครีมล้างหน้ามะขามโดยใช้ล้างทำความสะอาดผิวหนัง สามารถขจัดสิ่งสกปรกได้ อีกทั้งกรดผลไม้ที่มีอยู่ในมะขามยังช่วยลดรอยเหี่ยวย่นจุดด่างดำทำให้ผิวหนังขาวอย่างเป็นธรรมชาตินอกจากนั้นส่วนผสมของนมสด น้ำผึ้งและขมิ้น ยังช่วยให้เกิดความชุ่มชื้นแก่ผิวปกป้องการสูญเสียน้ำหล่อเลี้ยงผิว ทำให้ผิวเนียนนุ่มสดใส ด้วยสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามและกระแสการตื่นตัวทางด้านสุขภาพของประชาชนทำให้ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและมีแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น (ตารางที่ 3) ซึ่งทางโรงพยาบาลได้ทำการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม 2 รูปแบบ เพื่อเสริมสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่มีรสนิยมต่างกันคือ ครีมล้างหน้ามะขามแบบบรรจุหลอด 60 กรัม ราคาหลอดละ 50 บาทและครีมล้างหน้ามะขามแบบบรรจุกระปุก 40 กรัม ราคากระปุกละ 40 บาท

แหล่งที่มาของวัตถุดิบภายในประเทศ

วัตถุดิบหลักที่สำคัญในการผลิตครีมล้างหน้ามะขามคือ มะขามเปรี้ยว ทางโรงพยาบาลได้รับซื้อมะขามจากเกษตรกรผู้ผลิตภายในประเทศ เนื่องจากมะขามหาซื้อได้ง่ายและจัดอยู่ในประเภทพืชสมุนไพรและเครื่องเทศที่ปลูกในประเทศและมีการส่งออกอยู่แล้ว อีกทั้งยังมีศักยภาพ

ตารางที่ 3 ปริมาณการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2542-เดือน
ตุลาคม ปี พ.ศ. 2543

เดือน	แบบบรรจุหลอด	แบบบรรจุกระปุก
	(หลอด)	(กระปุก)
กันยายน	518	1,740
ตุลาคม	598	2,160
พฤศจิกายน	679	1,968
ธันวาคม	671	2,380
มกราคม	825	2,261
กุมภาพันธ์	785	2,363
มีนาคม	850	2,428
เมษายน	870	2,430
พฤษภาคม	850	2,455
มิถุนายน	853	2,471
กรกฎาคม	924	2,550
สิงหาคม	930	2,578
กันยายน	936	2,679
ตุลาคม	943	2,853

ที่จะพัฒนาให้ส่งออกมาเพิ่มขึ้น (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537: 10) มะขามมีราคา กิโลกรัมละ 23-35 บาท หาซื้อได้ที่ศูนย์กลางการซื้อขายต่าง ๆ เช่น ในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2543 โรงพยาบาลซื้อมะขามจากตลาดไทเนื่องจากมีราคาถูกกว่าตลาดอื่น ๆ โดยมะขามราคา กิโลกรัมละ 24 บาท ได้มะขามเป็นจำนวน 3,000 กิโลกรัม (สุรศักดิ์, 2543) การปลูกมะขามและพืชสมุนไพรทั้งหลายปลูกด้วยกันหลายแห่งในจังหวัดนครปฐม จันทบุรี ปราจีนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร นนทบุรี ราชบุรี เพชรบุรี สระบุรี กรุงเทพฯ (เขตคลองเตยและพระโขนง) และอื่น ๆ จะเห็นจากข้อมูลการผลิตของกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พบว่าใน ปี พ.ศ. 2537 มะขามเปรี้ยวที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตครีมล้างหน้ามะขามมีพื้นที่เพาะปลูก 151,278 ไร่ (ตารางที่ 4) และมีผลผลิตมะขามเปรี้ยว 189,098 ตัน (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

สงวนลิขสิทธิ์พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตารางที่ 4 พื้นที่เพาะปลูกพืชสมุนไพรและเครื่องเทศบางชนิดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2533–2537 (ไร่)

ชื่อพืช	ปี พ.ศ.				
	2533	2534	2535	2356	2537
กระวาน	4,055	4,126	3,811	2,967	1,915
กานพลู	528	791	912	936	993
พริกไทย	30,663	37,245	29,155	28,983	21,699
พลู	9,438	9,748	9,314	10,539	9,697
มะขามเปรี้ยว	168,821	161,745	161,089	160,539	151,278
มะขามอื่น ๆ	172,401	208,912	245,169	305,318	344,394
หมาก	113,211	90,864	84,038	90,557	99,537
ฟักทอง	52,390	55,000	43,549	68,791	53,388
กระเทียม	162,755	168,567	189,554	157,273	145,038
หอมแดง	121,918	124,778	147,227	139,373	120,625
หอมหัวใหญ่	15,545	25,475	21,646	19,447	20,972
จิง	86,418	95,063	79,372	62,233	47,874
พริกใหญ่	102,724	116,808	143,746	134,452	135,606
พริกเล็ก	218,491	242,875	339,657	244,291	30,720
กระเจี๊ยบแดง	6,640	5,609	27,406	4,295	8,937
รวม	1,265,998	1,347,606	1,534,645	1,430,404	1,192,684

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537: 14)

วัตถุดิบและการคัดเลือกวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตครีมล้างหน้ามะขามต้องนำมาผ่านการคัดเลือกให้ได้คุณภาพดีตามที่โรงพยาบาลกำหนด จากนั้นจึงนำมาผ่านขั้นตอนการผลิต โดยวัตถุดิบใช้ในการผลิตครีมล้างหน้ามะขามที่สำคัญมีดังนี้ (สุรศักดิ์, 2543)

ตารางที่ 5 ผลผลิตพืชสมุนไพรและเครื่องเทศบางชนิดของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2533-2537 (ตัน)

ชื่อพืช	ปี พ.ศ.				
	2533	2534	2535	2356	2537
กระวาน	4,622	5,364	4,345	3,382	2,394
กานพลู	649	1,028	1,040	1,067	1,241
พริกไทย	37,715	48,419	33,237	33,041	27,124
พลู	11,609	12,672	10,618	12,482	12,121
มะขามเปรี้ยว	207,650	210,269	183,641	183,014	189,098
มะขามอื่น ๆ	212,053	271,586	289,753	348,063	430,494
หมาก	139,250	118,123	95,803	103,235	124,421
ฟักทอง	64,440	71,500	49,646	78,422	66,735
กระเทียม	199,189	219,137	216,092	179,291	181,298
หอมแดง	149,959	162,211	167,839	158,885	150,781
หอมหัวใหญ่	19,120	33,118	24,676	22,170	26,215
ขิง	104,914	123,582	90,484	70,946	59,843
พริกใหญ่	126,351	151,850	163,870	153,275	169,508
พริกเล็ก	267,562	315,738	387,209	278,492	41,878
กระเจี๊ยบแดง	7,924	10,175	25,266	8,277	11,171
รวม	1,552,647	1,754,771	1,743,518	1,634,042	1,494,320

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2537: 15)

1. มะขาม

เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม โดยใช้มะขามที่เป็นมะขามเปรี้ยวซึ่งเนื้อฝักจะมีกรดอินทรีย์ ได้แก่ กรดทาร์ทาริก (tartaric acid) ร้อยละ 3-5 กรดซิตริก (citric acid) ร้อยละ 4 กรดมาลิก (malic acid) ในรูปเกลือเช่น โพแทสเซียมไบทาร์เตต (potassium bitartrate) ร้อยละ 8 น้ำตาล ร้อยละ 30-40 และมีกรดผลไม้ เมื่อนำมะขามเปียกขยำนํ้าจะมีเมือกเล็กน้อย เพราะมีเพคติน (pectin) มีรสเปรี้ยวใช้ได้ดี (พเยาว์, 2537) ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรจะเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกใช้น้ำมะขามเปียกที่มีสีน้ำตาลเหลือง ไม่ดำคล้ำหรือเป็นสีน้ำตาลเข้มซึ่งแสดงว่าเป็นมะขามที่มีอายุนานจะไม่เลือกใช้ และเมื่อได้มะขามมาแล้วต้องผ่านการแยกเปลือก ใบและเมล็ดของมะขามออกก่อนขั้นตอนการผลิต จากนั้นนำมาเก็บรักษาไว้ในห้องเย็นที่มีอุณหภูมิ -5 องศาเซลเซียส เพื่อรักษาสภาพที่ดีของมะขามไว้

2. น้ำผึ้ง

จัดเป็นสารอาหารประเภทสมุนไพรที่มีคุณค่าทางธรรมชาติมีคุณค่าและเป็นยาอายุวัฒนะตามความเชื่อของประชาชน น้ำผึ้งที่มีจำหน่ายโดยทั่วไปจะมีองค์ประกอบหลักของน้ำหรือความชื้นไม่เกินร้อยละ 20 น้ำตาลชนิดต่าง ๆ ร้อยละ 79 กรดชนิดต่าง ๆ ร้อยละ 0.50 แร่ธาตุ วิตามินและโปรตีนร้อยละ 0.50 (สุปราณี, 2541: 360) น้ำผึ้งได้นำมาเป็นส่วนผสมเนื้อครีมล้างหน้ามะขามเพื่อช่วยให้ความชุ่มชื้นแก่ผิวและปกป้องการสูญเสียน้ำหล่อเลี้ยงผิว โดยทางโรงพยาบาลเลือกใช้น้ำผึ้งป่าธรรมชาติไม่ใช้น้ำผึ้งที่ได้จากผึ้งเลี้ยงเนื่องจากน้ำผึ้งที่ได้จากผึ้งป่ามีสรรพคุณที่ดีโดยหาซื้อจากร้านประจำในจังหวัดปราจีนบุรี เมื่อทำการซื้อน้ำผึ้งที่ต้องการมาแล้วมีการนำมาตรวจสอบปริมาณน้ำตาลในน้ำผึ้งโดยเภสัชกรฝ่ายผลิตให้ได้ตรงตามมาตรฐานของทางโรงพยาบาลที่ตั้งไว้

3. นมสด

เป็นวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมสำคัญอีกชนิดหนึ่งของเนื้อครีมล้างหน้ามะขามเนื่องจากมีทั้งวิตามินเอช่วยเสริมสร้างการผลิตเซลล์ใหม่ วิตามินอีช่วยปรับปรุงเซลล์ผิวให้แข็งแรง อีกทั้งโปรตีนในนมช่วยให้การทำงานของเซลล์เป็นระบบพร้อมคืนความกระชับแก่ผิวพรรณ ส่วนน้ำตาลแล็กโทสในนมช่วยทำให้เซลล์ผิวเก็บน้ำไว้ได้ดีขึ้นผิวจึงดูชุ่มชื้นเนียนนุ่ม (จันทิมา, 2543: 14) โดยทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เลือกใช้นมสดยูเอชทีจากบริษัทโฟโมสต์ ฟริสแลนด์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัทตั้งอยู่ที่ 89/2 ถนนปู่เจ้าสมิงพราย พระประแดง สมุทรปราการ โดยเลือกใช้นมสดเฉพาะรสจืดกล่องสี่เหลี่ยมขนาดปริมาตรสุทธิ 250 ซีซี เหตุผลที่ทางโรงพยาบาลเลือกใช้นมสดของบริษัทโฟโมสต์เนื่องจากบริษัทโฟโมสต์ได้รับการรับรองระบบประกันคุณภาพ (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP) จากคณะกรรมการอาหารและยาพร้อมกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์นมสดยูเอชที ทางโรงพยาบาลจึงมีความเชื่อถือในคุณภาพและเลือกใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ขมิ้น

เป็นส่วนผสมที่มีความสำคัญอีกชนิดหนึ่งถึงแม้จะใช้ในปริมาณที่น้อยกว่าปริมาณของส่วนผสมอย่างอื่นแต่มีความสำคัญไม่น้อยกว่ากันกล่าวคือ ขมิ้นจะช่วยเพิ่มสรรพคุณทางด้านเภสัชวิทยา เนื่องจากจัดเป็นพืชสมุนไพรที่ใช้นำมาทำเครื่องสำอาง (รุ่งรัตน์, 2540: 58) ช่วยบำรุงผิวทำให้ผิวหน้าขาวเนียนนุ่มและยังช่วยปรุแต่งกลิ่นของครีมล้างหน้ามะขามด้วย ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรซื้อขมิ้นจากร้านขายยาแผนโบราณในรูปของขมิ้นผง จากนั้นก่อนนำมาใช้ต้องมีการนำไปตรวจสอบมาตรฐานสารสำคัญในขมิ้นซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์ทางด้านเคมีของฝ่ายเภสัชกร นอกจากทำการตรวจสอบของทางโรงพยาบาลแล้วยังมีการส่งตัวอย่างของขมิ้นและผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบร่วมกับคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลและกระทรวงสาธารณสุขอีกด้วย

จากวัตถุดิบที่ได้กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าวัตถุดิบแต่ละชนิดจะมีสรรพคุณทางด้านเภสัชวิทยาที่แตกต่างกันแต่ทุกชนิดก็มีความสำคัญในการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้มีความพึงพิถันในการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพื่อให้ได้ความลงตัวพร้อมกับสรรพคุณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามจึงเป็นทางเลือกที่ดีให้แก่ผู้บริโภคที่ยังไม่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติให้หันมาใช้เพื่อเป็นการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ภายในประเทศซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาของคนไทย อีกทั้งการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติยังเป็นการช่วยลดการใช้สารเคมีก่อให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

ขั้นตอนการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม

การผลิตครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นการผลิตโดยปราศจากสารเคมี สามารถเก็บรักษาได้นาน 6 เดือนเนื่องจากทำจากสมุนไพรธรรมชาติ ซึ่งการผลิตต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพโดยเภสัชกรผู้เชี่ยวชาญให้ได้มาตรฐานของโรงพยาบาลและส่งไปตรวจสอบร่วมกับคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มีขั้นตอนการผลิตดังนี้

การผลิตในขั้นแรกเป็นการคัดคุณภาพวัตถุดิบได้แก่มะขามจะนำมาคัสดึงสกรปรกออกเช่นเปลือก เมล็ดและเส้นใยที่ไม่ต้องการ ส่วนน้ำผึ้งและขมิ้นมีการตรวจวัดปริมาณน้ำตาลและสารสำคัญให้ได้ตามที่กำหนดโดยเภสัชกรฝ่ายผลิต จากนั้นวัตถุดิบทั้งหมดถูกนำมาผสมตามสัดส่วนรวมกันก็ได้มะขามพร้อมปั่น

ขั้นต่อไปคือการนำมะขามพร้อมปั่นที่ได้ผ่านกระบวนการปั่นให้เป็นเนื้อครีมล้างหน้ามะขามโดยแบบบรรจุหลอดใช้อุณหภูมิ 50–100 องศาเซลเซียส เวลา 40 นาที–1 ชั่วโมง แบบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุกระปุกใช้อุณหภูมิ 100–200 องศาเซลเซียส เวลา 1–1.5 ชั่วโมง สังเกตเนื้อครีมล้างหน้า มะขามนึ่งไม่แห้งจนเกินไปในแบบหลอดและเนื้อครีมมะขามมีสีออกเข้มและแห้งในแบบบรรจุ กระปุก จากนั้นมีการตรวจสอบมาตรฐานความหนืดของครีมล้างหน้ามะขามโดยฝ่ายควบคุม คุณภาพ (Quality Control: QC) เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด

เมื่อได้เนื้อครีมล้างหน้ามะขามแล้วนำมาผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนก็จะได้น้ำ ครีมล้างหน้ามะขามพร้อมบรรจุ เปลี่ยนถ่ายครีมล้างหน้ามะขามใส่เครื่องจักรที่พร้อมบรรจุ โดย การบรรจุใช้เครื่องจักรตัวเดียวกันทั้งแบบหลอดและกระปุกแต่มีการเปลี่ยนหัวเครื่องจักรให้ เหมาะสมกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ก็จะได้ครีมล้างหน้ามะขามแบบบรรจุหลอดและกระปุก

ขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนมีคณาจารย์ตรวจสอบความเรียบร้อยของการผลิต เครื่องจักรและ เกสัชกรควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา (ภาพที่ 1)

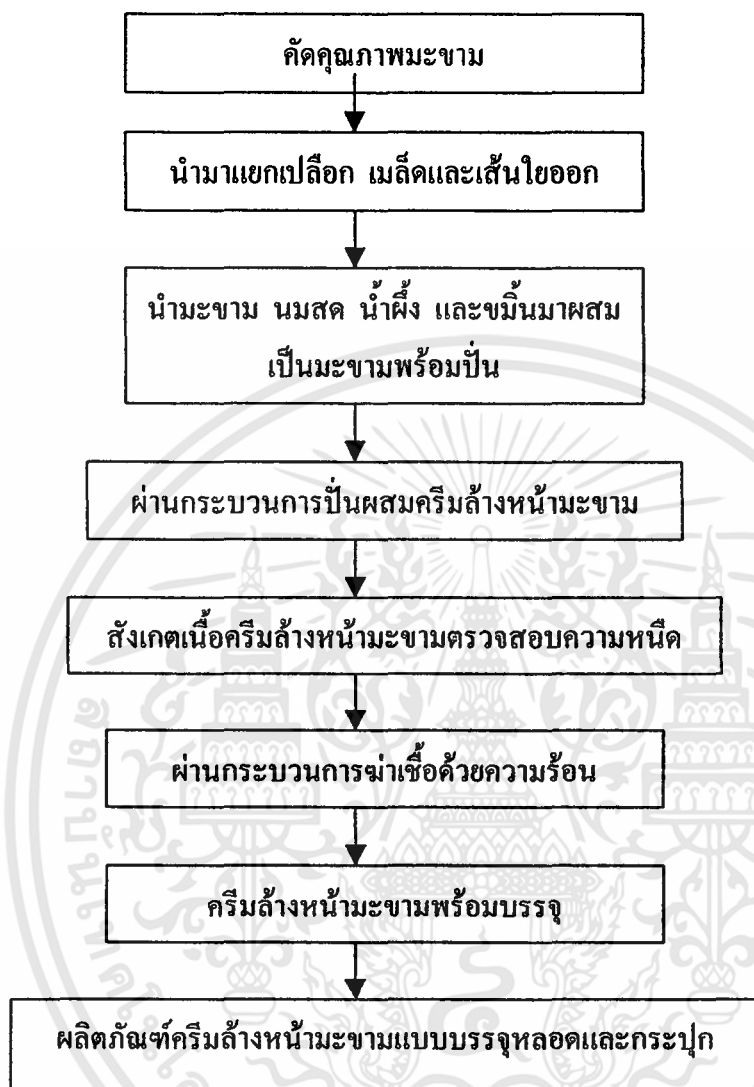
ปริมาณการผลิต

โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เป็นที่ทำการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้า มะขาม ในขนาดบรรจุหลอด 60 กรัม และขนาดบรรจุกระปุก 40 กรัม ซึ่งปริมาณการผลิตของ โรงพยาบาลในขนาดบรรจุหลอด 60 กรัม ผลิตได้วันละ 800 หลอด ขนาดบรรจุกระปุก 40 กรัม ผลิตได้วันละ 1,200 กระปุก โดยที่โรงพยาบาลมีกำลังการผลิตรวมประมาณ 16,000 หลอด และ 24,000 กระปุก ต่อเดือน ใช้จำนวนคนงาน 10 คนและเกสัชกร 2 คน

ต้นทุนการผลิต

จากการสัมภาษณ์เกสัชกรฝ่ายผลิตทำให้ทราบต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตครีมล้างหน้า มะขามซึ่งได้ต้นทุนการผลิตที่เป็นวัตถุดิบทางตรงคือ มะขาม นมสด น้ำผึ้ง ขมิ้นและแรงงาน ทางตรง แต่แรงงานทางอ้อมคือเงินเดือนหัวหน้าคนงาน เงินเดือนช่างซ่อม เงินเดือนเกสัชกร รวมถึงโซหุ่ยการผลิตต้นทุนรายการต่าง ๆ เช่น ของใช้สิ้นเปลือง ค่าน้ำไฟแสงสว่าง ค่าเช่าที่ดิน ค่า เสื่อมราคา ค่าภาษี ไม่สามารถนำมาคิดได้เนื่องจากโรงพยาบาลเป็นหน่วยงานภาครัฐบาลและทำ การผลิตผลิตภัณฑ์หลายชนิด ดังนั้นจากการรวบรวมนำมาคิดเป็นสัดส่วนของต้นทุนการผลิตจะ แบ่งเป็นค่าวัตถุดิบทางตรงประมาณ ร้อยละ 25–30 ของต้นทุนทั้งหมด ค่าหลอดและกระปุก พร้อมฉลากประมาณร้อยละ 35–40 ของต้นทุนทั้งหมด และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 30–40 ของต้นทุนทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม

ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตครีมล้างหน้ามะขาม

จากการสัมภาษณ์เภสัชกรฝ่ายผลิตผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราชินบุรี ทำให้ทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านการผลิต ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาด้านความไม่สม่ำเสมอของวัตถุดิบเนื่องจากวัตถุดิบหลักคือมะขามซึ่งมีผลผลิตเป็นฤดูกาล บางครั้งเกิดเหตุการณ์ขาดแคลนวัตถุดิบส่งผลให้ราคามะขามสูงขึ้น โดยปกติราคามะขามอยู่ระหว่าง 23-35 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อราคามะขามสูงขึ้นทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัญหาสิ่งปลอมปนจากวัตถุดิบ เช่น มะขามที่ใช้ในการผลิตยังมีเปลือก เมล็ดและเส้นใยต่าง ๆ ซึ่งไม่สามารถกำจัดให้หมดได้และปัญหาสูญเสียการใช้เวลาในการผลิต เช่น การเปลี่ยนถ่ายครีมล้างหน้ามะขามใส่เครื่องบรรจุรวมทั้งการทำความสะอาดเครื่องจักรที่ยุ่งยากต้องใช้เวลา นานเนื่องจากเนื้อครีมล้างหน้ามะขามมีความเหนียวและเลอะเทอะ

แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิต

จากการสรุปแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี มีดังนี้

1. เกษตรกรฝ่ายผลิตต้องทำการคัดกะเนปริมาณวัตถุดิบที่จะใช้ในอนาคตเพื่อทำการสั่งซื้อวัตถุดิบสามารถช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบได้และควรมีการสำรวจราคาวัตถุดิบจากแหล่งขายหลายแห่งเพื่อทำการเปรียบเทียบและเลือกซื้อวัตถุดิบจากแหล่งที่ทำให้ต้นทุนต่ำสุด

2. ในอนาคตทางโรงพยาบาลควรมีการนำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เช่น การใช้เครื่องจักรแยกสิ่งปลอมปนจากเนื้อมะขาม ใช้เครื่องจักรในการปั่นเนื้อครีมและบรรจุตัวเดียวกันพร้อมกันนั้นเครื่องจักรสามารถระบุเวลาการผลิตตรวจสอบความหนืดของเนื้อครีมได้ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหการใช้เวลาในการผลิตสิ้นเปลืองและลดจำนวนการใช้แรงงานคนได้อีกด้วย

การตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรทำให้ทราบว่าตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นตลาดภายในประเทศซึ่งปัจจุบันผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามกำลังเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเนื่องจากกระแสการตื่นตัวของการใช้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองและไม่มีสารเคมีตกค้าง นอกจากผลิตภัณฑ์จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคแล้วยังเป็นที่สนใจของหน่วยงานราชการและภาคเอกชนมากมาย โดยได้ติดต่อขอความร่วมมือจากทางโรงพยาบาลให้นำผลิตภัณฑ์ไปแสดงงานนิทรรศการต่าง ๆ เช่นงานกาชาด งานมหกรรมอาหารและของที่ระลึก ฯลฯ เพื่อเป็นการเผยแพร่สนับสนุนการใช้สมุนไพรและนับเป็นโอกาสที่ดีของทางโรงพยาบาลที่ได้รับความสนใจจากต่างประเทศให้นำผลิตภัณฑ์สมุนไพรไป

แสดงในงานมหกรรมสมุนไพรโลกประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นแนวทางที่ดีสำหรับตลาดต่างประเทศในอนาคต (มฉทริรา. 2543)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

แนวทางการตลาดของทางโรงพยาบาลมุ่งเน้นขายผลิตภัณฑ์ภายในประเทศโดยกลุ่มเป้าหมายหลักของทางโรงพยาบาลคือกลุ่มผู้ที่สนใจพืชสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้องการรักษาสุขภาพของตนด้วยเหตุผลที่ว่า การใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไม่ก่อให้เกิดอาการข้างเคียงและมีสรรพคุณช่วยให้ร่างกายดีขึ้น ทางโรงพยาบาลได้เล็งเห็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มสตรีและวัยรุ่นที่นิยมใช้เครื่องสำอางทำความสะอาดหน้าให้หันมาสนใจผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรซึ่งนอกจากจะไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองแล้วยังมีสรรพคุณช่วยให้ผิวหน้าขาวเนียนนุ่ม ลดรอยด่างดำบนใบหน้าได้ โดยทางโรงพยาบาลได้เน้นภาพพจน์ในเรื่องความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงความมีคุณภาพน่าใช้ จึงคาดว่าผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรน่าจะเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มอื่นเพิ่มมากขึ้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามจัดอยู่ในตลาดภายในประเทศเท่านั้นและโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียว การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายที่ร้านค้าสมุนไพรของโรงพยาบาลโดยตรงเพื่อเป็นการประหยัดเวลาและลดต้นทุน แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์กำลังเป็นที่สนใจของผู้บริโภคทางโรงพยาบาลจึงเปิดโอกาสให้โรงพยาบาลของรัฐ ภาคเอกชน สถาบันความงาม องค์กรชมรมสมุนไพรและหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์สมัครเป็นสมาชิกเพื่อสั่งซื้อสินค้าได้ในราคาพิเศษที่โรงพยาบาล การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ โทรสาร (fax) และทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของโรงพยาบาล ทั้งนี้มุ่งหวังว่าผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลจะเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ส่งผลให้ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นที่รู้จักทั่วไปทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายโดยตรงที่ร้านค้าสมุนไพร โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี โรงพยาบาลรัฐบาล สาธารณสุขจังหวัด องค์กรเอกชนที่มีศูนย์สมุนไพรและสถาบันความงามเกี่ยวกับสมุนไพรต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกของทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 สมาชิกผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ปี พ.ศ. 2543

ลำดับที่	รายชื่อสมาชิก	ลำดับที่	รายชื่อสมาชิก
1.	โรงพยาบาลพระพุทธชินราช	14.	สาธารณสุขจังหวัดมุกดาหาร
2.	โรงพยาบาลคลองใหญ่	15.	สาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว
3.	โรงพยาบาลท่าฉาง	16.	วิทยาลัยรัชกาลย์
4.	โรงพยาบาลอัมพวา	17.	บริษัทจุลติศ เขาใหญ่
5.	โรงพยาบาลพนมไพร	18.	บริษัทร่วมใจเป็นหนึ่ง จำกัด
6.	โรงพยาบาลมุงคล้า	19.	“ชมรมเพื่อนธรรมชาติ”
7.	โรงพยาบาลสมเด็จพระศรีราชา	20.	ร้านยามหาวิทยาลัยมหาสารคาม
8.	โรงพยาบาลอ่าวอุดม	21.	ร้านปลอดสารพิษเอเดน
9.	โรงพยาบาลห้วยใหญ่	22.	ร้าน“สุขภาพไทย”
10.	โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์	23.	ร้านแอมสมุนไพร
11.	โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท	24.	โครงการหลวงพืชมเจอร์ปาร์ค
12.	โรงพยาบาลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	25.	สถาบันความงามสมุนไพรและ
13.	สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่		อื่น ๆ

การประชาสัมพันธ์

ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีจัดการแสดงผลภัณฑ์สมุนไพรผ่านทางงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและสมุนไพรที่จัดขึ้นโดยภาครัฐบาลและเอกชนทุกสถานที่ที่มีการขอความร่วมมือและจัดให้มีกิจกรรมการทัวร์สุขภาพเป็นการแนะนำความสำคัญประโยชน์ของพืชสมุนไพร รับประทานอาหารจากสมุนไพร การนวดอบตัวด้วยสมุนไพรและการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การทัศนศึกษาภายในโรงพยาบาลแก่นักเรียนและนักศึกษา กลุ่มแม่บ้านหรือประชาชนที่สนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยต้องทำหนังสือราชการติดต่อขออนุญาตมายังผู้อำนวยการของทางโรงพยาบาล นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของทางโรงพยาบาลยังได้รับความสนใจจากต่างประเทศให้นำไปแสดงที่งานมหกรรมสมุนไพรระดับโลกประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศแล้วยังเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลด้วยจึงมีโอกาที่จะขยายตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรแก่ต่างประเทศในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการขยายตลาด

จากที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี (ตารางที่ 3) ผู้บริโภคมีความพอใจในรูปแบบ ความสะดวกสบายและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้อยู่แล้วทางโรงพยาบาลจึงไม่มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เดิมแต่มีนโยบายที่จะผลิตครีมล้างหน้ามะขามให้มีหลากหลายขนาดมากขึ้นและมีนโยบายที่จะขยายตลาดต่างประเทศด้วยแต่ทั้งนี้ต้องดูความพร้อมของบุคลากรและความเป็นไปได้ของตลาดเพราะการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ภายใต้ความเสี่ยงสูงเนื่องจากผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติมีอายุการเก็บรักษาสั้นเพียง 6 เดือนอาจเกิดปัญหาเสียหายได้ง่าย

ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาด

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี ทำให้ทราบปัญหาทางการตลาดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป กลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่เคยทดลองใช้เกิดความไม่แน่ใจในการเลือกซื้อ
2. สถานที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมีน้อยเนื่องจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรอายุการเก็บรักษาสั้นเสียหายง่ายและไม่มียุทธศาสตร์เปลี่ยนสินค้าทางโรงพยาบาลจึงเน้นจำหน่ายโดยตรงและจำหน่ายแก่สมาชิกเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าหาซื้อสินค้าไม่ได้เนื่องจากไม่รู้แหล่งจำหน่ายที่แน่นอน

แนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาด

จากการสรุปแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี มีดังนี้

1. ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ เช่น การจัดการแสดงผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลประจำปีโดยทำสื่อสิ่งพิมพ์และตัวอย่างผลิตภัณฑ์ส่งให้แก่โรงพยาบาลของรัฐบาลและเอกชนรวมถึงองค์กรที่มีความสนใจเกี่ยวกับสมุนไพรทั่วประเทศเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์เชิญชวนประชาชนมาเที่ยวชมงาน พร้อมกันนั้นภายในงานก็มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในราคาขอมเยาว์ จัดทำสินค้าเป็นชุดของฝากสุขภาพ ของขวัญในช่วงเทศกาล
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือจัดเทศกาลวันลดราคาพิเศษผลิตภัณฑ์สมุนไพรเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค

2. จัดสถานที่ทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างเป็นทางการ เช่น วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่โรงพยาบาลประจำจังหวัดทุกจังหวัดหรือสาธารณสุขทุกจังหวัดและมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบเพื่อให้เกิดความมั่นใจ รู้แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนอีกทั้งลดการตกค้างเสียหายของผลิตภัณฑ์ที่นำไปวางจำหน่ายด้วย

องค์กรที่มีบทบาทส่งเสริมพืชสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

องค์กรของไทยที่เกี่ยวข้องกับการค้นคว้า วิจัย พัฒนา พืชสมุนไพร

1. คณะกรรมการสมุนไพรแห่งชาติ จัดโดยกระทรวงสาธารณสุข
2. อนุกรรมการส่งเสริมและประสานงานการวิจัยสมุนไพร โดยทบวงมหาวิทยาลัย
3. คณะผู้จัดทำงานด้านพัฒนาพืชสมุนไพรเพื่อการผลิตยาทางอุตสาหกรรม จัดโดยองค์การเภสัชกรรม
4. คณะทำงานประสานการวางแผน และจัดเตรียมโครงการพัฒนาสมุนไพร
5. คณะกรรมการวิจัยการใช้สมุนไพรในมนุษย์ จัดโดยมหาวิทยาลัยมหิดล
6. คณะกรรมการแนะนำงานวิจัย และพัฒนาสมุนไพร
7. คณะกรรมการศูนย์วิจัยจุฬาภรณ์

หน่วยงานสนับสนุน

1. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีนโยบายส่งเสริมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรในด้านต่างๆ 2 รูปแบบ (โครงการส่งเสริมสมุนไพรเพื่อการค้า, 2539: 3-4)
 - 1.1 สนับสนุนการปลูกผลิตสมุนไพรดิบเพื่อการแปรรูปทำแห้ง
 - 1.2 สนับสนุนการแปรรูปสมุนไพร สนับสนุนอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำเร็จรูป เช่น อุตสาหกรรมที่ใช้เป็นยา อุตสาหกรรมสมุนไพรผลิตเป็นอาหารเสริมสุขภาพสำเร็จรูป อุตสาหกรรมสมุนไพรใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและเครื่องสำอาง
2. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัด

กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมซึ่งมีบทบาทและภาระหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนา ในส่วนของการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมยาจากสมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ได้มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้วถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับหน่วยงานที่มีศักยภาพในการผลิตเชิงพาณิชย์ ขณะเดียวกันยังให้ความสำคัญกับการพัฒนามาตรฐานการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศโดยการให้บริการแก่อุตสาหกรรมขนาดกลางและเล็ก ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาตรฐานการผลิตที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

3. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในรูปแบบของการให้สินเชื่อเพื่อการลงทุนในการผลิตซึ่งการให้สินเชื่อของ ธ.ก.ส. เป็นการให้กู้เงินแบบกำกับและแนะนำ ทั้งนี้เพื่อช่วยให้เกษตรกรถูกค้ำนำเงินกู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่โดยการให้สินเชื่อด้านสมุนไพรจะเป็นไปในลักษณะโครงการร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เป็นต้นว่าโครงการผลิตสมุนไพรร่วมกับโรงพยาบาลวังจันทร์ จังหวัดระยอง โดย ธ.ก.ส. จะเป็นฝ่ายให้สินเชื่อกับเกษตรกรในโครงการและโรงพยาบาลเป็นผู้รับผิดชอบวัตถุประสงค์ไปแปรรูป

4. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ดำเนินการโครงการนำร่องและขยายผลการผลิตสมุนไพรและเครื่องเทศในเชิงธุรกิจ ซึ่งทำการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเป็นการค้าในลักษณะครบวงจรและมีตลาดรับซื้อแน่นอน

5. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จะมีหน้าที่หลักคือการค้ากับดูแลผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด การกำกับดูแลการประกอบการและคุณภาพของผลิตภัณฑ์หลังออกจำหน่ายในตลาด การเฝ้าระวังความปลอดภัยในการบริโภค การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบริโภค

บทที่ 4

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาด

บทนี้กล่าวถึงการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม และสภาพแวดล้อมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม กรณีศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยา อภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อนำไปเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญมากในการวางแผนการตลาดต้องมีการวางแผนและมีหลักเกณฑ์อย่างมีเหตุผลเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้มากที่สุด ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยา อภัยภูเบศร ได้วางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมีมาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ปลอดภัย รูปลักษณ์น่าใช้ มีรูปแบบให้เลือกตามความต้องการของผู้บริโภค ทางโรงพยาบาล ได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามให้เป็นไปตามลักษณะเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในเรื่องของสมุนไพรธรรมชาติและสุขภาพ

ตัวผลิตภัณฑ์

1. ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทางโรงพยาบาลจะเน้นด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักโดยเน้นการผลิตครีมล้างหน้ามะขามที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานตามที่โรงพยาบาลได้กำหนดไว้ โดยทางโรงพยาบาลจะเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพซึ่งต้องผ่านการคัดเลือกวัตถุดิบจากแหล่งต่าง ๆ ให้ได้ที่ดีที่สุดโดยพิจารณาคุณสมบัติของวัตถุดิบแต่ละชนิด เช่น ความสะอาดของวัตถุดิบ ความสดของวัตถุดิบ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของทางโรงพยาบาลเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของทางโรงพยาบาลได้ผ่านขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติไม่เจือปนสารเคมีเพื่อให้ได้สรรพคุณครบถ้วน ทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นจุดเด่นที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของทางโรงพยาบาล

2. ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติโดยมีส่วนผสมของมะขาม นมสด น้ำผึ้งและขมิ้น ซึ่งล้วนแต่มีสรรพคุณที่นอกจากจะช่วยทำความสะอาดผิวหน้าแล้วยังช่วยให้ผิวหน้าขาวเนียนนุ่มและลดรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้าได้จึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค แต่เท่านี้ยังไม่เพียงพอผู้บริโภคยังมีความต้องการผลิตภัณฑ์ในลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันด้วย เช่น ผู้บริโภคบางรายต้องการบรรจุภัณฑ์แบบหลอดเพื่อสะดวกต่อการใช้และพกพาได้ง่าย ดังนั้นโรงพยาบาลจึงจัดทำผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม 2 รูปแบบเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนและเหมาะสมกับแต่ละโอกาสดังต่อไปนี้

2.1 แบบบรรจุหลอด สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการความทันสมัย สะดวกและเหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการพกพาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามติดตัวไปใช้ด้วย โดยแบบหลอดจะสะดวกในการใช้ไม่เลอะเทอะแต่เนื้อครีมมีความเหนียวจึงต้องใช้เวลาในการบีบเนื้อครีมเพื่อใช้ล้างหน้า การเก็บรักษาง่ายไม่เสื่อมสภาพ

2.2 แบบบรรจุกระปุก สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วในการใช้เพียงเปิดฝาก็สามารถนำเนื้อครีมออกมาใช้ได้เลยและไม่มีความจำเป็นต้องพกพาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามติดตัวไว้ใช้ เป็นที่นิยมมากกว่าแบบหลอดเนื่องจากสามารถใช้เนื้อครีมได้หมดจดไม่ติดกระปุกแต่ต้องระมัดระวังน้ำหยดถูกเนื้อครีมขณะใช้ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้เนื้อครีมเสื่อมสภาพได้เร็ว

บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามที่กล่าวข้างต้นทั้ง 2 รูปแบบนี้ คือ แบบบรรจุหลอดและแบบบรรจุกระปุก มีฉลากระบุสถานที่ตั้งของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรผู้ทำการผลิต ระบุสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ระบุน้ำหนักพร้อมทั้งมีตัวเลขกำกับบอกวันผลิตและวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม

ด้านราคาผลิตภัณฑ์

ราคาของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามจะตั้งราคาไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป เนื่องจากการตั้งราคาผลิตภัณฑ์สูงเกินไปจะไม่มีผู้สนใจและต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพราะมีผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นที่สามารถใช้ทดแทนได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าผสมสารสกัดจากธรรมชาติภายใต้ตราสินค้าอื่นมากมายตามท้องตลาด และหากตั้งราคาผลิตภัณฑ์ต่ำจนเกินไปผู้บริโภคก็จะมองผลิตภัณฑ์ในแง่ลบ คือ จะเกิดความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งทางโรงพยาบาลได้กำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ตามแบบการบรรจุออกเป็น 2 ราคา คือ ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามแบบบรรจุหลอด 60 กรัม ราคาหลอดละ 50 บาท และผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามแบบบรรจุกระปุก 40 กรัม ราคากระปุกละ 40 บาท

การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามนั้นสำหรับผู้บริโภคบางกลุ่มมองว่าสูงเกินไป เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตนั้นเป็นวัตถุดิบภายในประเทศซึ่งหาได้ง่าย มีราคาถูก แต่ทางโรงพยาบาลได้มีการสำรวจราคาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าภายใต้ตราสินค้าอื่นเพื่อเปรียบเทียบในการตั้งราคาที่เหมาะสม ประกอบกับการพิจารณาลักษณะของรายจ่ายการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นต้นทุนการผลิต เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าที่ดิน ค่าเสื่อม ค่าสื่อโฆษณา ค่าน้ำ-ไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าซ่อมแซม ซึ่งทางโรงพยาบาลไม่สามารถแยกเป็นต้นทุนการผลิตครีมล้างหน้ามะขามเพียงอย่างเดียวได้จึงต้องคิดต้นทุนเหล่านี้ด้วย ดังนั้นแม้การตั้งราคาจะค่อนข้างสูงก็ยังคงเป็นที่สนใจของผู้บริโภคเนื่องจากผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมีการผลิตเพียงแห่งเดียวประกอบกับกระแสมนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรในปัจจุบันมีมากขึ้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย

1. โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีการจัดช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามโดยการขายตรงจากผู้ผลิตไปยังกลุ่มผู้บริโภคโดยไม่ผ่านคนกลาง คือ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าสมุนไพรของทางโรงพยาบาล มีการรับสมัครสมาชิกเพื่อการซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาพิเศษนำไปจำหน่ายต่อในพื้นที่ต่าง ๆ และมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางโทรศัพท์ โทรสาร (fax) และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ของโรงพยาบาลโดยผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์สมุนไพรของทางโรงพยาบาลสามารถหาซื้อได้ที่ร้านค้าสมุนไพรโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรทุกวัน เวลา 8.30-20.30 น. สั่งซื้อได้ที่โทรศัพท์และโทรสาร หมายเลข (037)211523 และที่ herbandhealth@yahoo.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การขายสินค้าโดยตรงให้ลูกค้ารายย่อยตามงานนิทรรศการต่าง ๆ เกี่ยวกับอาหารและสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งงานนิทรรศการนี้จะเป็นแหล่งศูนย์รวมของผู้ที่สนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารหรือสินค้าเกษตรแปรรูปจำนวนมาก ดังนั้น การไปตั้งซุ้มขายในงานทำให้ได้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของทางโรงพยาบาลจำนวนมาก รวมทั้งการตั้งซุ้มขายนี้จะมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์รวมทั้งบอกสรรพคุณและวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วย จึงเป็นโอกาสที่ดีของทางโรงพยาบาลที่สามารถจำหน่ายสินค้าได้

3. การจัดจำหน่ายโดยการขายส่งผ่านทางร้านค้าในโรงพยาบาลรัฐบาล เอกชน ชมรมและองค์กรต่าง ๆ ที่สนับสนุนเกี่ยวกับสมุนไพร ซึ่งร้านค้าในโรงพยาบาลเป็นช่องทางการขายที่ดีเนื่องจากผู้มาเยี่ยมผู้ป่วยมักจะซื้อ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพไปเยี่ยมผู้ป่วย อีกทั้งเมื่อเห็นว่าผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลมีผลดีต่อสุขภาพอาจจะซื้อไปบริโภคหรือซื้อกลับไปเป็นของฝากแก่ผู้อื่น การจำหน่ายในโรงพยาบาลเอกชนก็เป็นไปได้ด้วยดีเนื่องจากผู้ป่วยที่รักษาตัวในโรงพยาบาลเอกชนมักมีฐานะดีเมื่อเห็นว่าผลิตภัณฑ์ดีต่อสุขภาพจึงมีความสนใจและเป็นไปได้ที่ซื้อสินค้าของโรงพยาบาลมากกว่า ปัจจุบันทางโรงพยาบาลมีสมาชิกประจำดังที่กล่าวข้างต้น (ตารางที่ 6)

จากรายชื่อสมาชิกดังกล่าวเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามกำลังเป็นที่นิยมและสนใจของผู้บริโภค ทั้งหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งทางโรงพยาบาลได้ใช้วิธีการขนส่งผลิตภัณฑ์ 2 รูปแบบ โดยคำนึงถึงความรวดเร็วในการขนส่งและต้นทุนค่าขนส่งแต่ละครั้ง ดังนี้

1. การขนส่งผลิตภัณฑ์ผ่านทางไปรษณีย์โดยใช้วิธีการส่งพัสดุเก็บเงินปลายทาง (พ.ก.ง.) รูปแบบนี้ใช้ในกรณีที่มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนน้อยและน้ำหนักไม่มากนัก โดยต้องทำการส่งและรับเงินทางธนาณัติรวมทั้งรับพัสดุต่อหน้าเจ้าหน้าที่พนักงานไปรษณีย์ มีต้นทุนในการขนส่งไม่สูงมาก สามารถขนส่งได้รวดเร็ว

2. การขนส่งผ่านรถรับส่งพัสดุขององค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.) ใช้ในกรณีที่มีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนมาก และมีน้ำหนักมากกว่า 20 กิโลกรัม รูปแบบนี้ใช้ขนส่งเฉพาะจังหวัดที่มี ร.ส.พ. โดยลูกค้าต้องส่งธนาณัติค่าสินค้าให้ทางโรงพยาบาลก่อน โรงพยาบาลจึงจะส่งสินค้าให้และผู้รับสินค้าต้องจ่ายค่าขนส่งสินค้าปลายทางเอง การขนส่งรูปแบบนี้เป็นการลดต้นทุนในการขนส่งที่สูง เพราะระยะทางในการขนส่งไกลและสินค้าน้ำหนักมาก

การส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มที่สนใจกับสุขภาพของตัวเองและมีความรู้ความสนใจเกี่ยวกับสมุนไพร การส่งเสริมการขายจึงต้องเน้นไปที่คนกลุ่มนี้ โดยทางโรงพยาบาลแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการโฆษณา ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ช่วงแรกควรให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ก่อน ซึ่งจะเน้นให้ผู้บริโภคจำชื่อของผลิตภัณฑ์ได้ รวมถึงประโยชน์และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์โดยทำการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ในช่วงแรกใช้เสียงตามสายของโรงพยาบาลและคลื่นวิทยุ เน้นคนในพื้นที่ก่อน มีการทำแผ่นพับ โปสเตอร์ ต่อมาเมื่อผลิตภัณฑ์เริ่มเป็นที่น่าสนใจเนื่องจากมีความแปลกใหม่จึงมีการโฆษณาผ่านหนังสือนิตยสารที่เจาะกลุ่มเป้าหมาย เช่น ชีวจิต สกุลไทย ดิฉัน เป็นต้น การโฆษณาเป็นผลดีแก่โรงพยาบาล คือ สามารถอธิบายถึงสรรพคุณและประโยชน์ให้ผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างละเอียด นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลได้มีการโฆษณาผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ดีที่สุดเพราะในปัจจุบันโทรทัศน์ถือเป็นสิ่งที่ทุกบ้านมี อีกทั้งสื่อได้ทั้งภาพและเสียงจึงง่ายต่อการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคหลากหลายกลุ่มได้รู้จักและมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาล

2. การขายโดยพนักงานขาย ณ ร้านค้าสมุนไพรของทางโรงพยาบาลมีการแจกแผ่นพับรวมทั้งแนะนำผลิตภัณฑ์และอธิบายถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทราบ โดยจัดทำในช่วงแรกของการออกผลิตภัณฑ์ เมื่อผู้บริโภคเริ่มรู้จักและเคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ของทางโรงพยาบาลแล้วมีการนำผลิตภัณฑ์ไปตั้งซุ้มขายตามงานนิทรรศการเกี่ยวกับอาหารและเกษตรกรรมหรือสถานที่อื่น ๆ ที่ได้มีการติดต่อขอความร่วมมือให้นำผลิตภัณฑ์สมุนไพรไปแสดง

3. การส่งเสริมการขาย ทางโรงพยาบาลจะมีการรับสมัครสมาชิกโดยจะเสียค่าธรรมเนียมเป็นเงิน 100 บาท โดยสมาชิกจะได้รับสิทธิพิเศษในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาล โดยได้ส่วนลดร้อยละ 10 แต่มีเงื่อนไขว่าทุกครั้งที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นเงินไม่ต่ำกว่า 2,000 บาท จึงมีสิทธิได้รับส่วนลดและภายใน 1 ปี ถ้าสมาชิกสามารถสะสมยอดได้ครบ 30,000 บาท จะได้รับสิทธิในการต่อเป็นสมาชิกฟรีในปีต่อไป นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลได้ให้สินเชื่อ (Credit) การชำระเงินในส่วน of โรงพยาบาลรัฐบาลหรือองค์กรเอกชนอื่น ๆ แต่ต้องทำหนังสือราชการถึงผู้อำนวยการโรงพยาบาลเพื่อตรวจสอบและอนุมัติเพื่อรับส่วนลดร้อยละ 10 และมีกำหนดระยะเวลาชำระเงินภายใน 1 เดือน นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลมีการจัดตั้งซุ้มให้คำปรึกษาด้านสุขภาพและบริการตรวจสุขภาพอย่างง่าย เช่น วัดความดัน บริการชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง ตรวจสภาพผิวหนังและเส้นผมฟรี พร้อมกับขายผลิตภัณฑ์ไปด้วยในงานนิทรรศการต่าง ๆ และในช่วงเทศกาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางโรงพยาบาลยังได้จัดทำผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นชุดของฝากลูกลูกค้าที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ลูกค้าในช่วงเทศกาล

4. การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือเสริมให้กลุ่มเป้าหมายหลักได้รับรู้ข่าวสาร อีกทั้งยังสามารถส่งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และโรงพยาบาลไปยังกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ด้วย โดยใช้กลยุทธ์การให้ข่าวแจกแก่สื่อมวลชนและศูนย์สุขภาพเพื่อให้ตระหนักว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ จัดแสดงผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพที่ดี โดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ เช่น การจัดโรงพยาบาลให้เป็นศูนย์กลางการแพทย์แผนไทยให้ผู้ที่สนใจศึกษาเข้าชมพืชสมุนไพร การจัดทัวร์สุขภาพเพื่อมุ่งเน้นให้ประชาชนหันมาใส่ใจสุขภาพตัวเองโดยมีการพาเที่ยวชมสวนสมุนไพร การจัดการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารสมุนไพร การนวดและอบตัวด้วยสมุนไพรและการชมผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่าง ๆ ของทางโรงพยาบาล

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) เป็นเทคนิคที่พัฒนาขึ้นเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง การวิเคราะห์จุดอ่อน รวมทั้งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์โอกาส และการวิเคราะห์อุปสรรค

การวิเคราะห์จุดแข็ง

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นผู้ผลิตขึ้นเป็นรายแรกและรายเดียว ตัวผลิตภัณฑ์ผลิตจากวัตถุดิบที่มาจากสมุนไพรธรรมชาติไม่เจือปนสารเคมีอันเป็นสาเหตุให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง อีกทั้งผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามยังมีการบรรจุให้ผู้บริโภคเลือกได้ 2 รูปแบบ คือ แบบบรรจุหลอด 60 กรัม ราคาหลอดละ 50 บาท และแบบบรรจุกระปุก 40 กรัม ราคากระปุกละ 40 บาท วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตทุกชนิดผ่านการคัดเลือกและตรวจสอบอย่างดี ตลอดจนใช้ขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐานและมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยฝ่ายควบคุมคุณภาพ

ด้านราคา การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามทางโรงพยาบาลได้มีการสำรวจราคาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าภายใต้ตราสินค้าอื่น ๆ ร่วมกับการคำนวณต้นทุนการผลิต ราคาจึงเป็นราคาที่มีความเหมาะสมกล่าวคือ ตั้งราคาไม่สูงหรือต่ำจนเกินไปส่งผลให้ผู้บริโภคเห็นถึงคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์จากทัศนคติที่ว่าสินค้าที่มีคุณภาพดีราคาค่อนข้างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจำหน่ายแห่งแรกและแห่งเดียวที่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ทางโรงพยาบาลทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้แก่ผู้บริโภคหรือสมาชิก โดยจำหน่ายไปแล้วไม่มีนโยบายรับคืนสินค้า ทำให้ผู้บริโภคได้ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่ไม่ตกค้างเสื่อมคุณภาพและมีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ โทรสาร และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของทางโรงพยาบาล การขนส่งสินค้าทำได้รวดเร็วผ่านทางพัสดุเก็บเงินปลายทาง (พ.ก.ง.) และรถรับส่งพัสดุ (ร.ส.พ.) ซึ่งเป็นการลดต้นทุนค่าขนส่งของทางโรงพยาบาลและเป็นการกระจายตัวของผลิตภัณฑ์ไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของประเทศ

ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการโฆษณาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามและผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้รับความสนใจจากสถานีโทรทัศน์มาทำรายการเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของประชาชน มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือนิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ มีการแสดงผลภัณฑ์ตามงานนิทรรศการต่าง ๆ และการจัดประชุมสุขภาพตามที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนขอความร่วมมือ ในด้านการประชาสัมพันธ์มีการจัดทัวร์สุขภาพซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลและผลิตภัณฑ์อีกทางหนึ่ง ซึ่งสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่โรงพยาบาลได้ นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลยังได้มีนโยบายรับสมัครสมาชิกเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ในราคาพิเศษและจัดผลิตภัณฑ์เป็นชุดของขวัญจำหน่ายในเทศกาลต่าง ๆ เช่น การจัดจำหน่ายชุดของขวัญในเทศกาลปีใหม่

การวิเคราะห์จุดอ่อน

ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปอีกทั้งวัตถุดิบที่ใช้มาจากสมุนไพรธรรมชาติทำให้อายุการเก็บรักษาสั้นเพียง 6 เดือน

ด้านราคา ผู้บริโภคบางกลุ่มมองว่าผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทำให้ยังไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคกลุ่มนั้น

ด้านการจัดจำหน่าย การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมีจำหน่ายที่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร นอกจากนั้นมีจำหน่ายที่โรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน องค์กร สถานเสริมความงามเกี่ยวกับสมุนไพรที่เป็นสมาชิกของทางโรงพยาบาล โดยทางโรงพยาบาลจำหน่ายสินค้าให้หน่วยงานนี้โดยตรงไม่มีการรับเปลี่ยนคืนสินค้า ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยทำให้การกระจายตัวของสินค้าไม่ทั่วถึง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและนิยมแพร่หลายหรือผู้บริโภคที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์หาซื้อผลิตภัณฑ์ไม่ได้เนื่องจากความไม่แน่นอนของสถานที่จำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางโรงพยาบาลยังไม่มีการทำงานผลิตภัณฑ์ตัวอย่างแจกให้แก่ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคทดลองใช้และเกิดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ทำให้ผู้บริโภคที่ยังไม่เคยทดลองใช้เกิดความลังเลไม่แน่ใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื่องจากปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าประเภทผสมสารสกัดจากธรรมชาติภายใต้ตราสินค้าอื่น ๆ ให้เลือกมากมาย

การวิเคราะห์โอกาส

1. ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนมีความห่วงใยสุขภาพมากขึ้นจากกระแสการตื่นตัวของประชาชนในการหันมาใช้ยาแผนโบราณและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเนื่องจากกลัวอันตรายจากสารพิษตกค้างในผลิตภัณฑ์จากสารสังเคราะห์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามและผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่าง ๆ กำลังได้รับความสนใจและนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น

2. ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการส่งเสริมให้มีการปลูกพืชสมุนไพรในเชิงพาณิชย์ส่งผลให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหาได้ง่ายและมีโอกาสที่สามารถเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีที่สุดตามที่โรงพยาบาลกำหนดมาผลิตครีมล้างหน้ามะขาม ตลอดจนขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพผ่านการตรวจสอบโดยฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพดีน่าเชื่อถือ

3. สถาบันการแพทย์แผนไทย กระทรวงสาธารณสุข ได้สนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาสมุนไพรซึ่งเป็นองค์กรระดับท้องถิ่น ทำการส่งเสริมเผยแพร่ เรื่องของสรรพคุณสมุนไพรต่าง ๆ ซึ่งสามารถนำมาทำประโยชน์ได้ ดำเนินการในลักษณะเครือข่ายครบวงจร คือ มีแหล่งผลิตแปรรูปผลิตภัณฑ์และตลาดรับซื้อในท้องถิ่น ทำให้มีการขยายตัวทางด้านการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร อีกทั้งปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนส่งเสริมความรู้ให้ประชาชนหันมาสนใจสุขภาพและใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรธรรมชาติมากขึ้น เพื่อเป็นการช่วยกันลดการใช้สารเคมีตกค้างซึ่งเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วย

การวิเคราะห์อุปสรรค

จากสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศที่แตกต่างกันทำให้อัตลักษณ์ที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพแตกต่างกัน ปราบฏการณ์ทางธรรมชาติส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนของราคาวัตถุดิบและการขาดแคลนวัตถุดิบ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

กระแสการตื่นตัวทางด้านสุขภาพของประชาชนในปัจจุบัน ทำให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ได้ริเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าขึ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ซึ่งสร้างความสนใจและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี โดยมุ่งหวังว่าการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรนี้จะไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองต่อผิวหนัง อีกทั้งเป็นการสนับสนุนการใช้สมุนไพรแทนการใช้สารเคมีที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสาเหตุให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาการดำเนินงานทางด้านการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี ตลอดจนการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามในอนาคต

การผลิตครีมล้างหน้ามะขาม ผลิตโดยเน้นคุณภาพ ใช้วัตถุดิบภายในประเทศ มีการคัดเลือกวัตถุดิบอย่างดีผ่านขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมีให้เลือก 2 รูปแบบคือ แบบบรรจุหลอดและแบบบรรจุกระปุก การตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นตลาดภายในประเทศทั้งหมด จำหน่ายโดยตรงแก่ผู้บริโภคและสมาชิกของโรงพยาบาล โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่สนใจเรื่องสุขภาพและสนใจผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทางโรงพยาบาลได้มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ งานแสดงสินค้าต่าง ๆ ปัญหาของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมี 2 ด้านได้แก่ ด้านการผลิต คือ ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบทำให้เกิดความไม่แน่นอนของราคา ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ปัญหาสิ่งปลอมปนในวัตถุดิบและการสูญเสียเวลาในการผลิต การแก้ไขทำได้โดยการคาดคะเนปริมาณวัตถุดิบที่ต้องการใช้ในอนาคตและนำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการผลิต ส่วนปัญหาการตลาดคือ ผลิตภัณฑ์ยังใหม่ไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและไม่มีสถานที่จำหน่ายอย่างทั่วถึงซึ่งจะแก้ปัญหาโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นงานแสดงสินค้า จัดส่งผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง จัดทำวันลดราคาสินค้าพิเศษ ประจำเดือน จัดทำผลิตภัณฑ์เป็นชุดของฝากสุขภาพและการจัดศูนย์จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ครีม

ล้างหน้ามะขามอย่างเป็นทางการ เช่น ประจำที่โรงพยาบาลประจำจังหวัดทุกจังหวัด สาธารณสุขทุกจังหวัดเพื่อเป็นการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามให้กว้างขึ้น

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามสรุปได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์มีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพสูงเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจเรื่องสุขภาพและผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามมีให้เลือก 2 รูปแบบคือแบบบรรจุหลอดและแบบบรรจุกระปุก โดยผลิตภัณฑ์ผ่านขั้นตอนการผลิตและการควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐานทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดี ราคาของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามตั้งขึ้นโดยมีการสำรวจจากผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าภายใต้ตราสินค้าอื่นและการคำนวณต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เน้นการจำหน่ายโดยตรงที่โรงพยาบาลและจำหน่ายแก่สมาชิก ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการแนะนำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อทางรายการโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ตลอดจนแผ่นพับ โปสเตอร์แนะนำผลิตภัณฑ์ การขายโดยพนักงานขายที่ร้านค้าสมุนไพรมีการแนะนำและอธิบายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าและการจัดซุ้มขายตามงานนิทรรศการเกี่ยวกับอาหารและสินค้าเกษตรกรรม ด้านการส่งเสริมการขายมีการรับสมัครสมาชิกได้สิทธิ์รับส่วนลดพิเศษในการซื้อผลิตภัณฑ์ การให้สินเชื่อโดยกำหนดระยะเวลาชำระเงิน การจัดผลิตภัณฑ์เป็นชุดของฝากสุขภาพในช่วงเทศกาลและการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพฟรี ด้านการประชาสัมพันธ์มีการส่งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่สื่อมวลชนและศูนย์สุขภาพเพื่อให้ตระหนักว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ จัดแสดงสินค้าเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพที่ดี รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า (brand image) ให้กับโรงพยาบาล เช่น การจัดทัวร์เพื่อสุขภาพ การจัดโรงพยาบาลเป็นศูนย์กลางการแพทย์แผนไทยให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพร

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด สามารถสรุปได้ดังนี้ การวิเคราะห์จุดแข็งด้านตัวผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองเวลาใช้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดีเนื่องจากผ่านการคัดเลือกวัตถุดิบและขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐานและมีการควบคุมคุณภาพ อีกทั้งรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีให้ผู้บริโภคเลือก 2 รูปแบบคือ แบบบรรจุหลอดและแบบบรรจุกระปุก ด้านราคาทางโรงพยาบาลมีการสำรวจและคำนวณต้นทุนการผลิตเพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสม ด้านการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้บริโภคและสมาชิกทำให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่ใหม่มีคุณภาพไม่ตกค้างอีกทั้งมีการส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ โทรสารจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของโรงพยาบาลซึ่งรับข้อมูลได้รวดเร็วและมีการขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว ด้านการส่งเสริมการตลาด โรงพยาบาลได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์ การให้ส่วนลดพิเศษแก่สมาชิก การจัดทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์เป็นชุดของฝักสุภาพและการจัดทำบรรจุสุภาพรวมทั้งการที่โรงพยาบาลเป็นศูนย์กลาง การแพทย์แผนไทยเพื่อการศึกษา จุดอ่อนผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามคือ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปและมีอายุการเก็บรักษาสั้น ราคาผลิตภัณฑ์มีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับวัตถุดิบที่ใช้ผลิต สำหรับการจัดจำหน่าย เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอายุการเก็บรักษาสั้นเสื่อมสภาพได้ง่ายจึงไม่วางจำหน่ายในสถานที่ทั่วไปทำให้มีสถานที่จำหน่ายน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางโรงพยาบาลไม่มีการจัดทำผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อให้ผู้บริโภคทดลองใช้ ด้านโอกาสจากการที่กระแสความนิยมการหันมาใช้ยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรธรรมชาติ การส่งเสริมพืชสมุนไพรจากหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ส่วนอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามเกิดจากสภาพภูมิอากาศและสภาพภูมิประเทศที่แตกต่างกันส่งผลให้วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพแตกต่างกัน ปรัชญาการแพทย์ทางธรรมชาติทำให้เกิดความไม่แน่นอนของราคาวัตถุดิบและการขาดแคลนวัตถุดิบ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการดำเนินงานด้านการผลิต การตลาด การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขาม โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ทำให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะ อันอาจก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามและผลิตภัณฑ์สมุนไพรชนิดอื่น ๆ ในอนาคตต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ทางโรงพยาบาลควรเพิ่มการผลิตครีมล้างหน้ามะขามให้มีหลากหลายขนาดให้เลือกคือ ขนาดบรรจุหลอด 30 กรัมและขนาดบรรจุกระปุก 60 กรัม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปและสีสวยกว่าเดิม ตลอดจนเทคโนโลยีเครื่องจักรใหม่ เข้ามาใช้ในการกระบวนการผลิตเพื่อเป็นการลดความสูญเสียทางด้านเวลาและควรมีการจดลิขสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์เพราะทางโรงพยาบาลเป็นผู้คิดค้นและผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นเป็นแห่งแรก

ด้านราคา

ราคาผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามถูกมองว่าแพงเพราะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแต่ละชนิดเป็นวัตถุดิบภายในประเทศทั้งสิ้น อีกทั้งในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าประเภทผสมสารสกัดจากธรรมชาติมากมายให้ผู้บริโภคเลือกใช้ ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ราคาแพง ดังนั้น ถ้าโรงพยาบาลมีนโยบายเพิ่มการผลิตครีมล้างหน้ามะขามขนาดใหญ่หรือปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เดิมควรระวังในเรื่องของการตั้งราคาไม่ให้สูงหรือต่ำจนเกินไป และควรจูงใจผู้บริโภคโดยการส่งเสริมการขายแทน เช่น การลดราคาผลิตภัณฑ์ทุกวันจันทร์ของสัปดาห์ เพื่อเป็นการจูงใจผู้บริโภคให้ทดลองซื้อผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามไปทดลองใช้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามนับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เข้ามาตอบสนองผู้บริโภคที่ใส่ใจกับสุขภาพและมีความสนใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแต่ด้วยข้อจำกัดในการเก็บรักษาได้เพียง 6 เดือน ทำให้ทางโรงพยาบาลไม่ได้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามตามสถานที่ทั่วไป เช่น ร้านค้าปลีกหรือซูเปอร์มาร์เก็ตเพราะเสี่ยงต่อการสูญเสียและเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์หากจำหน่ายไม่ได้ ทำให้สถานที่ในการจำหน่ายมีน้อย ทางโรงพยาบาลจึงควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นให้เป็นตลาดหลักในแต่ละพื้นที่ เช่น การนำผลิตภัณฑ์ฝากวางขายที่ร้านค้าสหกรณ์ของโรงพยาบาลประจำจังหวัดหรือสาธารณสุขจังหวัด เป็นต้น โดยอาจจะจัดทำเป็นชั้นผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลโดยเฉพาะ จากนั้นมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคทราบแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนซึ่งเป็นการขยายตลาดและกระจายสินค้าได้มากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทางโรงพยาบาลควรเน้นการให้ข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อให้เกิดความต้องการซื้อ คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านงานแสดงสินค้าต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์เพิ่มทางอินเทอร์เน็ต หนังสือ นิตยสาร ตลอดจนใช้แผ่นพับ โบปลิ้ว ป้ายโฆษณาติดตามสถานที่สำคัญและสะดุดตาเพื่อหาผู้บริโภคกลุ่มใหม่ มีการจัดทำผลิตภัณฑ์ตัวอย่างแจกให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ มีการนำบรรจุภัณฑ์เก่ามาแลกใหม่ การจัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพร่วมกันของสมาชิกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่โรงพยาบาล นอกจากนี้ควรมีการออกแบบสอบถามความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของทางโรงพยาบาลให้มีคุณภาพมากขึ้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้ามะขามของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี ในครั้งนี้มีข้อจำกัด คือ เวลาในการศึกษาและข้อมูลทางการตลาดมีไม่มากพอเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่จึงมีการรวบรวมข้อมูลยังไม่เป็นระบบ การวิเคราะห์จึงไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร หากมีผู้สนใจจะทำการศึกษาในครั้งต่อไปควรรหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ครีมล้างหน้าที่มีสารสกัดจากธรรมชาติภายใต้ตราสินค้าอื่น เพื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดและมีการศึกษาทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใด อยากให้ผลิตภัณฑ์มีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านใดบ้าง นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรยังมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรอีกกว่า 35 ชนิด ซึ่งยังไม่มีผู้ทำการศึกษาจึงขอเสนอให้ผู้สนใจจะทำการศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้นได้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2537. การผลิตและการตลาดพืชสมุนไพรและเครื่องเทศ.

กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2538. รายงานสรุปผลการประชุมโต๊ะกลมเพื่อประกอบการสัมมนา เรื่องทิศทางการพัฒนาการเกษตรสาขาย่อย ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 วันที่ 8 วันที่ 28 มิถุนายน 2538. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กระทรวงพาณิชย์. 2540. รายงานผลการศึกษาโครงการผลิตพืชสมุนไพรและเครื่องเทศ.

กรุงเทพมหานคร: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์.

กระทรวงพาณิชย์. 2541. รายงานการนำเข้าสมุนไพรและเครื่องเทศ. กรุงเทพมหานคร:

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์.

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2543. รายงานวิจัยเรื่องความเป็นไปได้โครงการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรเพื่อสุขภาพ. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

กัญญา ตระกูลชีวานิตต์. 2543. "สมุนไพรสมุนไพร". เดลินิวส์. (25 ตุลาคม 2543): น. 7.

จันทิมา ลีบำรุง. 2543. "ดูแลเรือนร่าง". ลิข่า. (23 พฤศจิกายน 2543): น. 14.

ชัชวาล ให้อสงวน. 2540. รายงานผลการศึกษาการผลิตและการตลาดพืชสมุนไพรและ เครื่องเทศ.

สำนักวิชาการและแผนงาน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.

นภาพร พรหมชนะ และจุฑาทิพย์ ภัทราวาท. 2537. ศักยภาพทางการตลาดของสมุนไพรและ เครื่องเทศ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิตินาม. 2543 ก. สารานุกรมเกี่ยวกับสมุนไพร. <http://www.moph.go.th/other/inform/herbs/a1.htm>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิรนาม. 2543 ข. สวยด้วยธรรมชาติ. <http://www.simplemag.beauty.go.th>.

นิรนาม. 2543 ค. คลินิกออนไลน์. <http://www.herbel.worldmedic.com/herbalcom/her75.htm>.

เพชรวิทย์ เหมือนวงษ์ญาติ. 2537. สมุนไพรก้าวใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ที.พี.พรีนซ์.

เพชรวิทย์ เหมือนวงษ์ญาติ. 2539. นำสมุนไพร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เมดิคัลมีเดีย.

มณฑิรา บุญธรรมเจริญ. 2543. เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด. สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2543.

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฎ์. 2533. การวิเคราะห์บัญชีต้นทุนเพื่อใช้วางแผนกำไร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมนิติ.

รุ่งรัตน์ เหลืองนทีเทพ. 2535. พืชเครื่องเทศและสมุนไพร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไอเดียน สโตร์.

รุ่งรัตน์ เหลืองนทีเทพ. 2540. พืชเครื่องเทศและสมุนไพร. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2537. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

สุปราณี แจ็งบำรุงและคณะ. 2541. ผลิตภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมราชา.

สุภาพร พรนภา. 2536. การบัญชีบริหาร. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

สุรศักดิ์ ประจักษ์วิภาณต์. 2543. เกษษกร. สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2543.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุนทรื สิงหบุตรา. 2536. สรรพคุณสมุนไพร 200 ชนิด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮ้าส์.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหนองคาย. 2539. โครงการส่งเสริมพืชสมุนไพรเพื่อการค้าสนับสนุนการกระจายการผลิตระดับจังหวัด ปีงบประมาณ 2539-2540. หนองคาย. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ตารางผนวกที่ 1 รายชื่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรกัญญาเบศร ปี พ.ศ. 2543

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	สรรพคุณ	วิธีใช้	ราคา
ครีมล้างหน้า มะขาม	มีกรดผลไม้ (AHA) จากธรรมชาติช่วยลด รอยเหี่ยวย่นจุดต่างดํา เพิ่มความชุ่มชื้นและ ความยืดหยุ่นของผิว	ใช้แทนสบู่ ใช้หน้าชะ โลมผิวหน้าพอเปียก ป้ายครีมล้างหน้าเล็ก น้อยถูบได้จนทั่ว ทิ้งไว้ สักครู่แล้วล้างออกด้วย น้ำสะอาด	40 บ.(กระปุก40 กรัม) 50 บ. (หลอด 60 กรัม)
สบู่เหลวขมิ้นชัน	ทำความสะอาดผิวให้ นุ่มนวล สดใส บำรุงผิว บรรเทาอาการแพ้	ใช้แทนสบู่	50 บ.(ขวด 250 ซีซี)
น้ำมันหมักผม มะขามป้อม สมอ ไทย	ช่วยทำให้ผมมีน้ำหนัก ดกดำเป็นเงางาม ป้อง กันผมหงอกก่อนวัย	ชโลมผมให้เปียกชุ่มพอ ประมาณ ใช้น้ำมันหมัก ผมทิ้งไว้ 10 – 15 นาที ก่อนสระผมล้างออก ตามปกติ	30 บ. (ขวด 60 ซีซี)
แชมพูบอระเพ็ด	ชะลอการหงอกของผม บรรเทาอาการผมคัน ผม ร่วง ลดรังแค บำรุงผม	ใช้สระผม	50 บ. (ขวด 300 ซี ซี)
แชมพูขิง	กระตุ้นการไหลเวียน ของโลหิตมาเลี้ยงหนัง ศีรษะ ทำให้รากผมแข็งแรง รักษาอาการผมร่วง ผมคัน	ใช้สระผม	50 บ. (ขวด 300 ซี ซี)
ครีมนวดผมอัญชัน	บำรุงผม ทำให้ผมนุ่ม สลวย ผมดกดำ เป็นเงา	ชโลมบนเส้นผมที่เปียก 5 นาที แล้วล้างออก	50 บ. (ขวด 250 ซี ซี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	สรรพคุณ	วิธีใช้	ราคา
สบู่ก้อนขมิ้นชัน	ปรับสภาพผิวให้นุ่ม นวล สดใสลดอาการผื่น คันและยับยั้งการเจริญ เติบโตของเชื้อโรค	ใช้ฟอกเวลาอาบน้ำ	20 บ. (ก้อน 100 กรัม)
สบู่ก้อนเปลือก มังคุด	ช่วยดับกลิ่นกาย สบาย ผิว กระชับรูขุมขน และ ลดการอักเสบของผิว หนัง	ใช้ฟอกเวลาอาบน้ำ	20 บ. (ก้อน 100 กรัม)
สเปรย์ใบฝรั่ง	ระงับกลิ่นกาย ลม หายใจหอมสดชื่น	ฉีดพ่นปากและลำคอ	40 บ. (ขวด 15 ซีซี)
ยาหม่องน้ำมันกะรุน	สูดดมบรรเทาอาการ วิงเวียน ทำให้สดชื่น	ใช้สูดดม	20 บ. (ขวด 7 ซีซี)
น้ำมันไพล	บรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ เนื้อ เคล็ด ขัดยอก หลัง เล่นกีฬา	ใช้ทาถูวันละ 2 – 3 ครั้ง หรือเมื่อมีอาการ	30 บ. (ขวด 60 ซีซี)
ยาแก้ไอมะขามป้อม	บรรเทาอาการไอ ช่วย ขับเสมหะ และช่วยให้ ชุ่มคอ	จิบบ่อย ๆ เมื่อมีอาการ	30 บ. (ขวด 120 ซีซี)
น้ำสมอไทย	เป็นผลไม้ที่มีทุกระส บำรุงอวัยวะทุกส่วนของ ร่างกาย ระบายพิษ ขับ เสมหะ	น้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม แช่เย็นหรือใส่น้ำแข็ง ทานตามชอบ	15 บ. (ขวดแก้ว 300 ซีซี)
น้ำมะตูม ตะไคร้	รวมพลังสามสมุนไพร ตะไคร้ช่วยขับลม	น้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม แช่เย็นหรือใส่น้ำแข็ง ทานตามชอบ	15 บ. (ขวดแก้ว 300 ซีซี)
ใบเตย	มะตูมบำรุงร่างกาย ใบ เตยหอมบำรุงหัวใจ	ทานตามชอบ	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	สรรพคุณ	วิธีใช้	ราคา
น้ำवानกาทบหอย	สมุนไพรชุ่มเย็น แก้ร้อน ใน น้ำสมุนไพรของคน ไทย และคนจีนโบราณ	น้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม แช่เย็นหรือใส่น้ำแข็ง ทานตามชอบ	15 บ. (ขวดแก้ว 300 ซีซี)
น้ำหญ้าปักกิ่ง	ต่อสู้กับเซลล์ร้าย กระตุ้น ระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย สมุนไพรจากจีน ตอนใต้ บำรุงร่างกายได้ ทั้งระบบ	น้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม แช่เย็นหรือใส่น้ำแข็ง ทานตามชอบ	15 บ. (ขวดแก้ว 300 ซีซี)
น้ำวานหางจระเข้ ใบเตย	วานหางจระเข้ สมุนไพรมหัศจรรย์ กระตุ้นการไหลเวียน ของโลหิต ช่วยการเผา ผลาญอาหาร ทำให้ สภาวะของร่างกายดีขึ้น ใบเตยหอมสดชื่น บำรุง หัวใจ	น้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม แช่เย็นหรือใส่น้ำแข็ง ทานตามชอบ	15 บ. (ขวดแก้ว 300 ซีซี)
น้ำมะขามป้อม	มีวิตามินซีสูง มีฤทธิ์ กำจัดพิษโลหะหนัก บำรุงเสียงชุ่มคอ ชื่นใจ	น้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม แช่เย็นหรือใส่น้ำแข็ง ทานตามชอบ	15 บ. (ขวดแก้ว 300 ซีซี)
ชาหม่อง	แก้แมลงสัตว์กัดต่อย	ใช้ทาภายนอกบริเวณที่	20 บ. (ขวด 10 กรัม)
เสลดพังพอน	อักเสบ ช้ำบวม	มีอาการ	
ครีมเสลดพังพอน	รักษาเริ่ม งูสวัด แก้ผื่น คัน พืชแมลงสัตว์กัด ต่อย	ใช้ทาวันละ 3 เวลา	20 บ. (หลอด 10 กรัม)
คาลาไมน์ เสลดพังพอน	แก้ผดผื่นคัน ลมพิษ ตุ่ม คัน จากอีสุกอีใส	ใช้ทาภายนอกบริเวณที่ มีอาการ	20 บ. (ขวด 60 ซีซี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	สรรพคุณ	วิธีใช้	ราคา
กลีเซอริน	รักษาแผลในปาก เริ่ม	ใช้ทาวันละ 3 เวลา	20 บ. (ขวด 10 ซีซี)
เสลดพังพอน	ร้อนใน		
ชาหญ้าหนวดแมว	แก้ขัดเบา ขับปัสสาวะ บำรุงไต ขับกรดยูริกอื่น เป็นสาเหตุของโรคเก๊าท์ ช่วยลดน้ำตาลในเลือด	1 ชอง ชงด้วยน้ำร้อน ทิ้งไว้ให้ตัวยาละลาย คืม ระยะเวลา 3 เวลา ก่อนอาหาร	20 บ. (แพ็คเกจ 10 ชอง ชา)
ชารางจืด	ถอนพิษเบื่อเมา แก้ไข้	1 ชอง ชงด้วยน้ำร้อน ทิ้งไว้ให้ตัวยาละลาย คืม ระยะเวลา 3 เวลา ก่อนอาหาร	20 บ. (แพ็คเกจ 10 ชอง ชา)
ชาชุมเห็ดเทศ	ช่วยระบาย	1 ชอง ชงด้วยน้ำร้อน ทิ้งไว้ให้ตัวยาละลาย คืม ระยะเวลา 3 เวลา ก่อนอาหาร	20 บ. (แพ็คเกจ 10 ชอง ชา)
แคปซูลขมิ้นชัน	แก้โรคกระเพาะ ท้องอืด ท้องเฟ้อ	รับประทานครั้งละ 2 – 4 แคปซูล วันละ 4 ครั้ง ก่อนอาหารและก่อนนอน	60 บ. (กล่อง 70 แคปซูล)
แคปซูล	แก้ปวดเมื่อย แก้กษัย	รับประทานครั้งละ 1 –	60 บ.
เถาวัลย์เปรียง	แก้ปัสสาวะกะปริบะ ปรอย แก้ระดูขาว	2 แคปซูล วันละ 3 เวลา uly'อาหาร	(กล่อง 70 แคปซูล)
แคปซูลฟ้าทะลายโจร	แก้ไข้ ร้อนใน เจ็บคอ ท้องเสีย	รับประทานครั้งละ 2 – 4 แคปซูลก่อนอาหาร หรือทุก 4 ชั่วโมง	60 บ. (กล่อง 70 แคปซูล)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	สรรพคุณ	วิธีใช้	ราคา
แคปซูลบอระเพ็ด	ช่วยควบคุมเบาหวาน บำรุงร่างกาย บำรุงตับ เจริญอาหาร แก้ไข้ ร้อนใน กระหายน้ำ	รับประทานครั้งละ 2 แคปซูล ก่อนอาหารเช้า- เย็น (ถ้ามีไข้รับประทาน 3 เวลา)	60 บ. (กล่อง 70 แคปซูล)
แคปซูลเพชรสังฆาต	รักษาโรคเลือดจาง บำรุงและสมานกระดูก	รับประทานครั้งละ 2 แคปซูล วันละ 3 ครั้ง หลังอาหาร	90 บ. (กล่อง 70 แคปซูล)
แคปซูลขี้เหล็ก	คลายความวิตกกังวล ช่วยให้นอนหลับ	รับประทานครั้งละ 2 - 4 แคปซูล ก่อนนอน	60 บ. (กล่อง 70 แคปซูล)
แคปซูลยอ	บำรุงสุขภาพ บำรุง เลือดลมสตรี บำรุงข้อ รักษาประจำเดือนให้ เป็นปกติ ช่วยย่อย อาหาร	รับประทานครั้งละ 2 - 4 แคปซูล วันละ 3 ครั้ง หลังอาหาร	60 บ. (กล่อง 70 แคปซูล)
แคปซูลเพกา	บำรุงร่างกาย บำรุงธาตุ ช่วยย่อยอาหาร	รับประทานครั้งละ 4 แคปซูล วันละ 3 ครั้ง หลังอาหาร	60 บ. (กล่อง 70 แคปซูล)
ครีมไพล	บรรเทาอาการเคล็ดขัด ยอกปวดยเมื่อย ฟกช้ำ	ทาจนวนควบริเวณที่มี อาการ	20 บ. (หลอด 25 กรัม)
ตะไคร้หอมสเปรย์ กันยุง	ไล่ยุง ป้องกันยุงกัด ไม่ เป็นพิษต่อคน ปลอดภัย ต่อสัตว์เลี้ยงและสิ่งแวดล้อม	ฉีดพ่นไล่ยุงรอบกาย และฉีดพ่นบริเวณผิว หนัง ยกเว้น ใบหน้า และ ผิวหนังบาง	60 บ. (สเปรย์ 120 ซี ซี) 40 บ. (ขวด 120 ซีซี) 20 บ. (ขวด 60 ซีซี)

ที่มา: (โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ตารางภาคผนวกที่ 2 รายชื่อธุรกิจและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ลำดับที่	ชื่อกลุ่ม/บริษัท	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	ภาค
1	Dr.Green ธีญพีชปลอดภัย พืช	สีกัน	ดอนเมือง	กรุงเทพ	กลาง
2	บริษัท วาไรตี้ ออฟ เซิร์ฟ จำกัด		คลองสาน	กรุงเทพ	กลาง
3	กลุ่มรักษ์เพื่อน			กรุงเทพ	กลาง
4	บริษัท เมดิแคป จำกัด	บางปู	เมือง	สมุทรปราการ	กลาง
5	ชมรมปฐมอโศก	พระประ โทน	เมือง	นครปฐม	กลาง
6	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อนรัก จำกัด	พระประ โทน	เมือง	นครปฐม	กลาง
7	บริษัท เวชพงศ์ Marketing จำกัด	ไร่จิง	สามพราน	นครปฐม	กลาง
8	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเจริญสุข	คลองโยง	พุทธมณฑล	นครปฐม	กลาง
9	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองเสือ สามัคคี	หนองดิน แดง	เมือง	นครปฐม	กลาง
10	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรั้วใหญ่	รั้วใหญ่	เมือง	สุพรรณบุรี	กลาง
11	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่มโพธิ์ ทอง	คลองตะ เกรา	ท่าตะเกียบ	ฉะเชิงเทรา	ตะวันออก
12	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรห้วยสัก	ทรายทอง	บางสะพาน น้อย	ประจวบคีรี- ขันธ์	ตะวันตก
13	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวัดหลวง	วังเย็น	บางแพ	ราชบุรี	ตะวันออก
14	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรวังขุมทอง	วังใหม่	กิ่งอำเภอวัง สมบูรณ์	สระแก้ว	ตะวันออก
15	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ผลิต สมุนไพร	วังน้ำเย็น	วังน้ำเย็น	สระแก้ว	ตะวันออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อกลุ่ม/บริษัท	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	ภาค
16	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเมืองสหกรณ์อันเนื่องมาจากพระราชดำริ	โนนศิลาเลิง	กิ่งอำเภอเมืองชัย	กาฬสินธุ์	ตะวันออกเฉียงเหนือ
17	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองแซ	หนองแซง	บ้านไผ่	ขอนแก่น	ตะวันออกเฉียงเหนือ
18	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรพระอิน	พระอิน	พระอิน	ขอนแก่น	ตะวันออกเฉียงเหนือ
19	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทรัพย์	หนองแซง	ภูผาม่าน	ขอนแก่น	ตะวันออกเฉียงเหนือ
20	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรห้วยซ้อ	หนองแซง	ภูผาม่าน	ขอนแก่น	ตะวันออกเฉียงเหนือ
21	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสงยาง	สะอาด สมบูรณ์	เมือง	ร้อยเอ็ด	ตะวันออกเฉียงเหนือ
22	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคดน้อย	ผาขาว	ผาขาว	เลย	ตะวันออกเฉียงเหนือ
23	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแสนสุข	सानตม	ภูเรือ	เลย	ตะวันออกเฉียงเหนือ
24	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำชีเหล็ก	พราณ	ขุนหาญ	ศรีสะเกษ	ตะวันออกเฉียงเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อกลุ่ม/บริษัท	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	ภาค
25	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสรโรช	พรมเทพ	ท่าตูม	สุรินทร์	ตะวันออกเฉียงเหนือ
26	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนา นอน	ดงโค	เมือง	สุรินทร์	ตะวันออกเฉียงเหนือ
27	กลุ่มเกษตรกรกระเทียม	กระเทียม	สังขะ	สุรินทร์	ตะวันออกเฉียงเหนือ
28	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโนนม่วง	โนนเมือง	นากลาง	หนองบัวลำพู	ตะวันออกเฉียงเหนือ
29	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนาโพธิ์ พัฒนา	นาวัง	เมือง	อำนาจเจริญ	ตะวันออกเฉียงเหนือ
30	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองขุ่น	ดาวโยภาพ	ม่วงสามสิบ	อุบลราชธานี	ตะวันออกเฉียงเหนือ
31	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต่อตั้ง สามัคคี	ปากทรง	พะโต๊ะ	ชุมพร	ใต้
32	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตันปอง ร่วมใจ	รังมะปราง	รังวิเศษ	ตรัง	ใต้
33	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร่อน พัฒนา	ตันหยงมัส	ระแงะ	นราธิวาส	ใต้
34	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองช้าง	โคกโพธิ์	โคกโพธิ์	ปัตตานี	ใต้
35	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบราโอ	ประจัน	ยะรัง	ปัตตานี	ใต้
36	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรป่าแดง	ริมกก	เมือง	เชียงราย	เหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อกลุ่ม/บริษัท	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	ภาค
37	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรร้อง จีเหล็ก	เชิงคอย	คอยสะเก็ด	เชียงใหม่	เหนือ
38	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโรง วัว	น้ำปอหลวง	สันป่าตอง	เชียงใหม่	เหนือ
39	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแม่ปะใต้	แม่ปะ	แม่สอด	ตาก	เหนือ
40	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรป่าเปือย	ปอน	ทุ่งช้าง	น่าน	เหนือ
41	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรท่าตาล	ท่าตาล	บางกระทุ่ม	พิษณุโลก	เหนือ
42	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทรัพย์ สว่าง	น้ำหนาว	น้ำหนาว	เพชรบูรณ์	เหนือ
43	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผาผ่า	แม่คะตวน	สบเมย	แม่ฮ่องสอน	เหนือ
44	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปากแคว	ปากแคว	เมือง	สุโขทัย	เหนือ

ที่มา: (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2543)

ภาคผนวก ค

ตารางผนวกที่ 3 การเยี่ยมชมงานการแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพร เดือนพฤศจิกายน

วัน เดือน ปี	เวลา	หน่วยงาน	จำนวน	หมายเหตุ
1 พ.ย. 43	9.00	โรงพยาบาลบางน้ำเปรี้ยว	100	สมุนไพร
1 พ.ย. 43	9.00	ม.ธรรมศาสตร์	30	สมุนไพร
1 พ.ย. 43	17.00	ศาลาทรัพย์สินทางปัญญา	19	แพทย์แผนไทย
1, 6 พ.ย. 43	13.00	สสจ. อุตรธานี นำอสม รุ่นละ 240	480	แพทย์แผนไทย
2, 3, 4, 8	11.00	สสจ. นครราชสีมา รุ่นละ 500 (อาหารจานเดียว)	2000	แพทย์แผนไทย
3 พ.ย. 43	9.00-12.00	รพ. บ่อไร่ จ.ตราด	55	สมุนไพร
3 พ.ย. 43	11.00	รพ. หนองใหญ่ นำ อสม.	100	สมุนไพร
4 พ.ย. 43	14.00	ร.ร. ชลบุรีสุขบท	36	สมุนไพร
5 พ.ย. 43	9.00-12.00	วิทยาลัยเซนต์หลุยส์	70	รพ.ส่งเสริมสุขภาพ
5 พ.ย. 43	12.00	ม.ศว ประสานมิตร	30	สมุนไพร
6 พ.ย. 43	8.00	วพ. นครราชสีมา นำนักศึกษาพยาบาลปี 2	72	สมุนไพร
6 พ.ย. 43	9.00	สถาบันเทคโนโลยีเอเชีย นำชาวต่างประเทศ	10	สมุนไพร
7 พ.ย. 43	8.00	ภาควิชาสัตวศาสตร์ สิริราชพยาบาล	12	สมุนไพร
7 พ.ย. 43	-	สหกรณ์บุญนิยมอุบลราชธานี	7	ชมและซื้อ สมุนไพร
9 พ.ย. 43	13.00	องค์การเภสัชกรรมกลุ่ม OD9-OD14	50	สมุนไพร
9 พ.ย. 43	9.00	สำนักงานชุมชน อ.เมืองจันทร์	20	สมุนไพร
9 พ.ย. 43	9.00	ภาควิชาเภสัชกรรม ม.มหิดล	27	สมุนไพร
9 พ.ย. 43	9.00	โรงพยาบาลนครนายก	5	สมุนไพร
9 พ.ย. 43	9.30	คณะกรรยาทหารอากาศ	20	สมุนไพร
10 พ.ย. 43	9.00	โรงพยาบาลบ่อไร่ จ.ตราด	55	ร.พ.ส่งเสริมสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

วัน เดือน ปี	เวลา	หน่วยงาน	จำนวน	หมายเหตุ
13 พ.ย. 43	14.00	สอ.บ้านโป่ง	47	สมุนไพรม
15 พ.ย. 43	9.30	สสจ. กำแพงแสน จ.นครปฐม (พลังชีวิต)	32	สมุนไพรม
16 พ.ย. 43	8.30	วพ. นครราชสีมา (น่านักศึกษาพยาบาลปี 2)	75	สมุนไพรม
17 พ.ย. 43	10.00	โรงพยาบาลหนองแค จ.สระบุรี	10	สมุนไพรม
19 พ.ย. 43	9.00	โรงพยาบาลพญาไทย 1	20	สมุนไพรม
20-21 พ.ย. 43	-	โรงพยาบาลพระพุทธบาท จ.สระบุรี	3	ผลิตสมุนไพรม
21 พ.ย. 43	11.00	องค์การเภสัชกรรม กลุ่ม OD24	40	สมุนไพรม
22 พ.ย. 43	9.30	โรงพยาบาลท่าวังผา จ.น่าน (พลังชีวิต)	13	สมุนไพรม
23 พ.ย. 43	-	ม. หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (พลังชีวิต)	55	สมุนไพรม
24 พ.ย. 43	8.30-12.00	ชมรมผู้สูงอายุ วัดมะพร้าวเตี้ย กรุงเทพฯ (พลังชีวิต)	50	สมุนไพรม
24 พ.ย. 43	9.00	โรงพยาบาลพิชัย จ.อุตรดิตถ์	12	สมุนไพรม
24 พ.ย. 43	9.00	อสม. ตำบลลุ่มลำชี จ.ชัยภูมิ	65	สมุนไพรม
24 พ.ย. 43	9.30	บริษัท ไทยทาเคคะเลข จำกัด	5	5 ส.
24 พ.ย. 43	13.00	อสม. ต.คิ่งพยอม จ.ราชบุรี	60	สมุนไพรม
25 พ.ย. 43	10.30	รร.บางประกอกวิทยาคม กทม. (พลังชีวิต)	35	สมุนไพรม

ที่มา: (โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร, 2543)