

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับสังคมไทยในปัจจุบัน ก่อปรกัในห้วงเวลาที่ประเทศชาติกำลังเผชิญปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับ ประสบปัญหาต่างๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นชนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้ามาช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่, 2556)

ภาครัฐได้มีการสนับสนุนสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นมาหลายด้าน สิ่งหนึ่งที่ประสบความสำเร็จก็คือ สินค้าภูมิปัญญาไทย ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเองก็เป็นหนึ่งทางเลือกที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือชุมชนหรือหมู่บ้าน โดยมีวิสัยทัศน์ที่ว่า “ชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเอง สร้างรายได้และคุณภาพชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยกระบวนการวิสาหกิจชุมชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนได้โดยชุมชนเอง และเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ โดยปี 2554 จังหวัดเชียงใหม่มีวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด 2,943 แห่ง แยกเป็นวิสาหกิจชุมชน 2,935 แห่ง เป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 8 แห่ง และมีการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนแล้วจำนวน 2,605 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 88.76 ของการอนุมัติจดทะเบียน ผลการประเมินพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในระดับดี มีจำนวน 690 แห่ง ระดับปานกลาง จำนวน 1,255 แห่ง และระดับปรับปรุง จำนวน 600 แห่ง สำหรับชนิดสินค้าและบริการที่วิสาหกิจชุมชนดำเนินการนั้น ในด้านการผลิตสินค้าส่วนใหญ่จะทำการผลิตพืชมากที่สุด รองลงมาเป็นการผลิตการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารและการผลิตปศุสัตว์ ส่วนการบริการที่มีมากที่สุด คือ การออมทรัพย์ชุมชน รองลงมาเป็นบริการอื่นๆ ร้านค้าชุมชน เรื่องของสุขภาพและการท่องเที่ยวตามลำดับ ทั้งนี้เศรษฐกิจวิสาหกิจ

ชุมชนมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อแห่งต่อปีประมาณ 1,269,041 บาท ซึ่งการส่งเสริมสนับสนุนแก่วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณ ซึ่งยังไม่เพียงพอ ดังนั้นการส่งเสริมสนับสนุนจึงไม่ทั่วถึง เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนมีเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้การดำเนินงานยังมีปัญหาอุปสรรคทั้ง เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ขาดทักษะในการส่งเสริมสนับสนุน ด้านวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารธุรกิจ การผลิต การเงิน การบัญชีและการตลาด (สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2554)

การนำสมุนไพรที่มีในท้องถิ่นที่มีราคาถูกหรือหยาบใช้ได้จากธรรมชาติมาคิดแปรรูปสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งในปัจจุบันประชาชนในประเทศได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับสมุนไพรทั้งในด้านที่ใช้เป็นยารักษาโรค อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง และของใช้ในครัวเรือน ทั้งนี้เนื่องจากสมุนไพรก่อให้เกิดอาการพิษ และอาการข้างเคียงน้อยกว่าสารสังเคราะห์ ในปัจจุบันรัฐบาลไทยโดยกระทรวงสาธารณสุข ได้ส่งเสริมให้มีการทำผลิตภัณฑ์ที่มีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ อาทิ สมุนไพรขัดผิว สบู่สมุนไพร เป็นต้น การนำสมุนไพรมาทำการแปรรูปสภาพผ่านกระบวนการต่างๆ เป็นผลิตภัณฑ์อเนกประสงค์นานาชนิดแล้วนั้น สามารถนำมาผลิตใช้ในครอบครัวหรืออาจจะแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นอาชีพเสริมหรือประกอบเป็นธุรกิจในครอบครัวได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรมีเพิ่มมากขึ้นและอาจทำให้มีเปอร์เซ็นต์ในการผลิตสินค้าซ้ำกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอื่นเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน รวมทั้งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด ทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือน ใกล้เคียงหรือแตกต่างกันล้วนทำให้เกิดภาวะยุ่งยากในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นตัวแปรสำคัญของการแข่งขันสร้างความแตกต่าง ความจดจำ ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีด้วย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากที่ผู้ผลิตบางรายหลงลืมไป ถ้ายังไม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกหรือจำหน่ายบนห้างสรรพสินค้าก็ไม่ค่อยมีปัญหาเท่าไร แต่เมื่อใดที่ต้องการนำผลิตภัณฑ์หรือมีโอกาสนำออกจำหน่ายตามร้านค้าห้างสรรพสินค้า หรือส่งออก การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ลดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมาย (ชัยรัตน์ อัสวางกูร, 2548)

โดยเฉพาะประเทศชั้นนำของโลกให้ความสำคัญกับการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ยกตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1980 สหรัฐอเมริกาใช้เงินมากกว่า 50 พันล้านเหรียญ ไปใช้ในการจ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในจำนวนนี้ เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์มากกว่าการโฆษณา โดยมีเหตุผลว่า การบรรจุภัณฑ์ เป็นแนวโน้มต่อไปในการที่จะเข้าถึงการบริการตนเอง (Trend Toward Self Service) ที่ต้องการให้บรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทหลัก 2 ประการไปพร้อมๆ กันคือ ทั้งการโฆษณาและการขาย (Advertising and Selling) ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่แสดงรวมไว้ซึ่งรูปร่าง

ลักษณะของภาชนะบรรจุ (Container) และการออกแบบ สี สัน รูปร่าง ตราสัญลักษณ์ ข้อความ โฆษณาประชาสัมพันธ์ (ประชิด ทิณบุตร, 2531)

วิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อย เป็นหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มของแม่บ้านในตำบลแมริมเหนือมีสมาชิก จำนวน 20 คน ซึ่งได้รวมกลุ่มกันเพื่อนำสมุนไพรนานาชนิดมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เพื่อสร้างอาชีพให้กับครอบครัวและชุมชน อาทิเช่น ยาสมุนไพรไม้หอม ยาหม่องครีมสมุนไพรเสลดพังพอน พิมเสนน้ำ น้ำมันตะไคร้หอม น้ำมันเหลือง เป็นต้น โดยมี นางสุนันทา กัมภิระ เป็นหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อย เริ่มดำเนินการเมื่อปี 2554 เป็นระยะเวลา 6 ปี จากการสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อย พบว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตรา ๕ อ้อย มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ แมริม จังหวัดเชียงใหม่ ร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลาดเทศบาลตำบลริมเหนือ แมริม จังหวัดเชียงใหม่ และจำหน่ายในรูปแบบของชำร่วยในงานพิธีต่างๆ ซึ่งรับทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนเท่านั้น แต่จากลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่ายนั้น พบว่า เป็นการผลิตเองภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อยเอง จึงยังขาดความรู้ในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ส่งผลในด้านการตลาด คือ ทำให้เสียโอกาสที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในร้านค้า ห้างสรรพสินค้าหรือส่งออกเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้อย่างหลากหลาย และโอกาสในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการยอมรับและความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งในการบ่งบอกความบกพร่องของตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในอย่างชัดเจน อันจะนำไปสู่การเปรียบเทียบถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อยและคู่แข่ง

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ในเรื่องของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้กับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อย และช่วยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตรา ๕ อ้อยใหม่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีวางจำหน่ายอยู่แล้ว ด้วยการนำเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มาเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ครอบคลุมทั้งรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ๕ อ้อย มีความสวยงามและสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนขึ้น สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คล้ายคลึงกันในตลาดสินค้าทั่วไปได้ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หน้าร้าน ในร้านค้าต่างๆ ห้างสรรพสินค้า หรือส่งออก รวมทั้งการจัดจำหน่ายในรูปแบบของชำร่วยในงานพิธีต่างๆ ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย
- 1.2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย
- 1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบยอดขายและศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย รูปแบบใหม่ในด้านโครงสร้าง และกราฟิก

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาปัญหาของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อย เลขที่ 298 ม.1 ต.ริมเหนือ อ.แมริม จ.เชียงใหม่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ

- 1) กลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อย จำนวน 20 คน เลขที่ 298 ม.1 ต.ริมเหนือ อ.แมริม จ.เชียงใหม่
- 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบและประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 3) กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่สนใจผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการสุ่มเมื่อมีผู้ให้ข้อมูล รอสุ่มที่สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้ศึกษาการออกแบบโครงสร้างและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มสมุนไพร ๕ อ้อย โดยการให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการศึกษาออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ เพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย

1.3.4 ขอบเขตของช่วงเวลาที่ยวิจัย

วันที่ 1 มกราคม 2561 ถึง 31 ธันวาคม 2561

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย
- 1.4.2 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและดึงดูดความสนใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

1.4.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อยู่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตรา ๕ อยู่ที่สามารถวางจำหน่ายตามร้านค้าอื่นๆ ห้างสรรพสินค้า การส่งออก หรือจัดจำหน่ายในรูปแบบของชำร่วยในงานพิธีต่างๆ ได้ เนื่องจากได้บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบโครงสร้างและกราฟิกที่เหมาะสมสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คล้ายคลึงกันในตลาดสินค้าทั่วไปได้

1.4.4 ได้ทราบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตรา ๕ อยู่ รูปแบบใหม่ในด้านโครงสร้าง และกราฟิก

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 สมุนไพร หมายถึง ผลผลิตธรรมชาติได้จากพืช สัตว์ และแร่ธาตุ ที่มีสรรพคุณในการรักษาโรค อาการเจ็บป่วยต่าง ๆ หรือบำรุงร่างกาย เช่น เกลือ นอแรด กระดองหมีก ลำโพงพิมเสน กระวาน ดีปลี.

1.5.2 การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสถานะของสมุนไพร ให้แตกต่างไปจากเดิม เพื่อประโยชน์ในการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น สมุนไพรมีหลายชนิด และมีสรรพคุณทางยาที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษา รูป รส กลิ่น สี และชื่อสมุนไพร จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ เพื่อให้การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีคุณภาพดี ตลอดจนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพใกล้เคียงผลิตภัณฑ์เดิมมากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถคงสภาพอยู่ได้นาน การแปรรูป จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น เพื่อให้เกิดผลดีต่อการแปรรูป คงไว้ซึ่งคุณค่าและสรรพคุณที่ดีของพืชสมุนไพร

1.5.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

1.5.4 การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราวเพื่อกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้าย บุคคลในช่องทางการตลาด หรือพนักงานขายของกิจการ การส่งเสริมการขายไม่สามารถใช้เพียงเครื่องมือเดียวได้ โดยทั่วไปมักจะใช้ร่วมกับการโฆษณา การตลาดทางตรง หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย เช่น โฆษณาให้รู้ว่ามีกรลด แลก แจก แถม หรือ ส่งพนักงานขายไปแจกสินค้าตัวอย่างตามบ้านเป็นต้น

1.5.5 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค

1.5.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ระบบการทำงานที่จำเป็นต้องมีการอาศัยความช่วยเหลือกันจากหลายๆ ฝ่าย เพื่อร่วมกันพิจารณาและตัดสินใจในความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์สินค้าและภาระหน้าที่หลักสำคัญของนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็คือ การสร้างภาพพจน์ (IMAGE) ของสินค้าให้ปรากฏจริง และเป็นที่ยอมรับนับตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตจนกระทั่งถึงการบริโภค

1.5.7 ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ความสามารถของบรรจุภัณฑ์ที่คุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหายเนื่องจากการขนส่ง เพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารเป็นพิษหรือบาดเจ็บ อันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

1.5.8 ยาหม่อง หมายถึง ยาสามัญประจำบ้านของชาวไทย มีลักษณะเป็นขี้ผึ้งเนื้อเหลวอ่อน มีกลิ่นหอม ใช้สำหรับทา ถู นวด บรรเทาอาการเมลงสัตว์กัดต่อย หนามมีดขี้น คัดจมูกเนื่องจากหวัด หนามือตาตาช ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ ฟกช้ำดำเขียว และอื่น ๆ อีกมากมาย ประกอบด้วยวัตถุดิบเป็นตัวยาสุนไพรมะนาวและน้ำมันหอมระเหยชนิดต่างๆ

1.5.9 ยาหอม หมายถึง ยาแผนโบราณที่ใช้สมุนไพรที่มีน้ำมันหอมระเหยเป็นองค์ประกอบหลักสำหรับกินแก้ลมวิงเวียน และจุกเสียดท้อง เป็นต้น

1.5.10 การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง กระบวนการรัฐ การทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิและองค์กรอาสาสมัครรูปต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกัน ให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้

1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย

กิจกรรม	ระยะเวลา											
	2561											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล วิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ๕ อ้อย												
2. ศึกษาแนวทางในการพัฒนา บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ สมุนไพรตรา ๕ อ้อย												
3. สำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ กระบวนการด้านการตลาดของ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตรา ๕ อ้อย												
4. การจัดประชุมสัมมนาเพื่อให้ ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์และ ระดมความคิดเพื่อให้ได้รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตรา ๕ อ้อย (ครั้งที่ 1)												
5. นำผลสรุปจากการศึกษาและ การจัดประชุมสัมมนามากำหนด แนวคิดในการพัฒนาโครงสร้าง และกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย												
6. สร้างแบบร่างบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อย												
7. ผู้เชี่ยวชาญในด้านการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเมินใน ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุ ภัณฑ์ และด้านการออกแบบ กราฟิก												
8. เก็บข้อมูลยอดขายโดยเฉลี่ย ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ๕ อ้อยใน												

