

การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP วารินผลิตภัณฑ์เครื่องหอม  
ตำบลบางริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง  
Development and upgrad of OTOP Warin products fragrance  
products Tambon Bang Rin, Amphoe Mueang, Ranong Province

ภูษิต พรหมศรีแก้ว, สาธิตา เรืองอินทร์, วันสิริ เอียดชัย, สันติพร รสหวาน และอังกูร บุญขำ<sup>1</sup>  
Pusit Promsrikawe, Satita Rueng-in, Wansiri Aedsai, Santhipon Rodwan,  
Angkun Bunkhun

### บทคัดย่อ

โครงการการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP วารินผลิตภัณฑ์เครื่องหอมตำบลบางริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ซึ่งมีวิศวกรสังคมตำบลบางรินได้ศึกษาวิเคราะห์และร่วมกับชุมชนได้เห็น ปัญหาและความสำคัญในการพัฒนาและยกระดับผลผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP วาริน การผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องหอมเพื่อสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มในพื้นที่เพื่อที่ได้อัจฉริยะกันอย่างแพร่หลายและมากยิ่งขึ้น ด้วยการพัฒนาโลโก้ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย ดึงดูดใจผู้พบเห็น จดจำง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถสร้างรายได้ สร้างอาชีพเสริมให้คนในชุมชน และเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณภาพสินค้าผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

**คำสำคัญ:** การพัฒนา; ผลิตภัณฑ์ OTOP; วิชาสหกิจชุมชน

### Abstract

OTOP product development and upgrade project, Warin perfumery products, Bang Rin Subdistrict, Mueang District, Ranong Province, In which social engineers in Bang Rin Sub-district have studied, analyzed and combined with the community, they have seen the problems and importance in the development and upgrading of OTOP products, Warin, fragrance products for a value-added creative

---

<sup>1</sup> วิศวกรสังคมจ้างงานประเภทนักศึกษา ตำบลบางริน อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง; Social Engineer Employing Student Type, Bang Rin Subdistrict, Mueang Ranong District, Ranong Province  
Corresponding Author, E-mail: ppronrikaew@gmail.com

economy in the area so that they can be widely known. and even more with logo development and simple packaging design Attractive to viewers, easy to remember, unique and able to generate income. Create additional careers for people in the community and adding value and upgrading the product quality as well.

**Keywords:** development; OTOP products; community enterprise

## บทนำ

ทิศทางการยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปีกำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความสามารถในการแข่งขันโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการค้าและการลงทุนทั้งภาครัฐภาคเอกชนให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศยุทธศาสตร์จังหวัดที่สะท้อนความต้องการและศักยภาพของพื้นที่ให้อยู่บนการแข่งขันที่เป็นธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของผู้ประกอบการไทยในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดยกระดับศักยภาพสินค้าตำบล (OTOP) ไทยให้ก้าวสู่สากล เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษพัฒนาการผลิตใหม่กระจายกิจกรรมเศรษฐกิจและความเจริญสู่ภูมิภาคสร้างความมั่นคงในพื้นที่ชายแดน เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมและช่องทางการตลาดร่วมกัน (เล่มสรุปเนื้อหา v7 ของเดือนมิถุนายนของตำบลบางรีน อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง)

ปัจจุบันการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับตำบลมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมากกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์และวิจัยนวัตกรรมเป็นหน่วยงานราชการส่วนกลางที่มีบทบาทในการส่งเสริมสนับสนุนและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจึงจัดตั้งโครงการยกระดับเศรษฐกิจรายตำบลแบบบูรณาการสร้างรากแก้วให้ประเทศโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ 20 ปีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม การประเมินเป้าหมายพัฒนาตำบลตามตัวชี้วัด 16 เป้าหมายซึ่งตำบลบางรีนอำเภอเมืองจังหวัดระนองเป็นพื้นที่ต่อการพัฒนาโดยพบว่าพื้นที่ในตำบลบางรีนมีการทำสินค้า OTOP กันมากพอสมควรเลยถึงเห็นถึงปัญหาความสำคัญในสินค้าและผลิต OTOP จากการที่กลุ่มวิสาหกิจได้มีการลงพื้นที่ได้มองถึงถึงปัญหาสินค้าและบริการส่วนมาก ยังขาดการพัฒนาและการออกแบบให้ตรงตามความต้องการของตลาดไม่สามารถสร้างความแตกต่างความโดดเด่นและไม่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการได้จึงทำให้จำหน่ายสินค้าได้ในราคาต่ำซึ่งสาเหตุหลักที่สำคัญเป็นเพราะผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจความสำคัญและการพัฒนาการออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน และจากวิเคราะห์ประเมิน

ศักยภาพสถานการณ์สินค้าและผลิตภัณฑ์ OTOP ในตำบลบางรีนยังมีจุดอ่อนที่สำคัญอีกคือ ไม่ได้ ด้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและรูปแบบตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมและเป็น ด้มาตรฐานจึงทำให้มีหน่วยรัฐ และเอกชนเข้ามาให้การสนับสนุนในการส่งเสริมอาชีพในพื้นที่เพื่อสอน ด้การทำออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากผลิตภัณฑ์ โดยมีการสนับสนุนทั้งงบประมาณและวิทยากร ด้การอบรมให้ความรู้แก่คนในชุมชนบางรีน

ด้งนั้น ด้วิศวกรสังคมตำบลบางรีนได้สังเกตเห็นถึงปัญหาและความสำคัญด้งกล่าว จึงได้สนใจที่ ด้จะศึกษา การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP วาริน ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ตำบลบางรีน ด้อำเภอเมือง ด้จังหวัดระนอง ด้ด้วยการพัฒนาโลโก้ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้โดยมุ่งหวังให้ด้ผู้เข้าร่วม ด้กิจกรรมด้มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์และสามารถนำความรู้ที่ด้จากการ ด้อบรมนั้นไปต่อยอดและพัฒนาอาชีพหมุนเวียนในชุมชนด้จริง และสามารถทำการออกแบบให้ด้มี ด้ประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้ด้ดีขึ้น ด้วิศวกรสังคมจึงด้แบ่งเนื้อหา ด้รายละเอียดด้งต่อไปนี้

## เนื้อหาเรื่อง

ในส่วนี้จะเป็นเรื่องราวเนื้อหาที่ผู้เขียนวิเคราะห์และต้องการจะให้ผู้่านด้รับทราบ ด้เนื้อหาและมีรายละเอียดที่ชัดเจนและน่าสนใจด้งต่อไปนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของตำบลบางรีน

#### 1.1 บริบทพื้นที่



สัญลักษณ์เทศบาลเมืองบางรีน

ด้ตำบลบางรีน เป็นด้ตำบลหนึ่งในอำเภอเมืองระนอง เริ่มแรกประชาชนในด้ตำบลบางรีน ด้ต้อง โดยสารเรือในการสัญจรไปมาและตามท่าที่เรือเข้าจอด จะมีด้ตัวรีนเป็นจนวนมาก ทำให้ชาวบ้าน ด้เรียกบริเวณแถวนั้นว่า "บางรีน" แบ่งการปกครองเป็น 5 หมู่บ้าน มี นายจ้อย ด้วัฒนศิริ เป็นกำนันคน ด้แรกของด้ตำบล ปัจจุบันจังหวัดระนอง ด้ประกาศกำหนดเขตหมู่บ้านใหม่อีกหนึ่งหมู่บ้าน โดยแยกมา ด้จากหมู่ที่ 1 (บ้านบางกลาง) เป็นหมู่ที่ 6 (บ้านบางกลางบน) ด้ด้รับการจัดด้ตั้งเป็นเทศบาลเมืองบาง

ริน เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2538 มีดอกโกมาซุม เป็นตราเครื่องหมายประจำ อบต. มี นายนิวัฒน์ จงสัจจา เป็นประธานกรรมการบริหารเทศบาลเมืองบางริน คนแรก เมื่อ วันที่ 18 พฤษภาคม 2538 คนต่อมา นายสัจด์ ไทยเจริญเทศบาลเมืองบางริน จัดตั้งเป็นเทศบาล ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2550 มี นายเทิดศักดิ์ คังโค ดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีตำบลบางริน คนแรก

## 1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นภูเขาทางด้านทิศตะวันออกและมีที่ราบตอนกลาง ทางด้านทิศตะวันตกเป็นทะเลโดย มีพื้นที่เป็นภูเขาประมาณ 30% ของพื้นที่เป็นที่ราบและป่าชายเลนประมาณ 70 % ของพื้นที่ ทิศเหนือติดต่อกับ ตำบลบางนอน และตำบลเขานิเวศน์ทิศใต้ติดต่อกับ ตำบลหงาว ทิศตะวันออกติดต่อกับตำบลหาดส้มแป้นทิศตะวันตกติดต่อกับตำบลปากน้ำและทะเลอันดามัน ที่ตั้งเทศบาลเมืองบางรินอยู่ห่างจากอำเภอเมืองระนองประมาณ 8 กิโลเมตร และอยู่ห่างจากศาลากลางประมาณ 1 กิโลเมตร ทางทิศใต้ติดกับเขตเทศบาลเมืองระนอง มีถนนเพชรเกษมตัดผ่าน

1.3 พื้นที่เทศบาลเมืองบางริน มีเนื้อที่ 78.653 ตารางกิโลเมตร หรือ 49,158.125 ไร่ แหล่งน้ำธรรมชาติ ประกอบด้วย ลำน้ำลำห้วย จำนวน 3 สาย สายบึง, หนอง และอื่นๆ จำนวน 6 แห่ง แหล่งน้ำที่สร้างขึ้น ได้แก่ ฝาย จำนวน 5 แห่ง บ่อน้ำตื้น จำนวน 1,726 แห่ง และบ่อโยก จำนวน 6 แห่ง

## 1.4 เศรษฐกิจชุมชน

- อาชีพเกษตรกรรม ส่วนใหญ่เป็นการปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ อาทิเช่น ยางพารา มะพร้าว มะม่วงหิมพานต์ สะตอ ปาล์ม สวนผลไม้เงาะ มังคุด ทุเรียน พื้นที่ที่ใช้ทำการเพาะปลูกอยู่บริเวณหมู่ที่ 1, 2 และ 3
- การปศุสัตว์ เป็นการเปลี่ยนจากการเลี้ยงแบบครอบครัวมาเป็นการเลี้ยงแบบฟาร์ม เช่น ไก่ไข่ ไก่เนื้อ สุกร วัว เป็ด กระจับปี่ ฯลฯ ในพื้นที่หมู่ที่ 1, 2 และ 3
- การประมง เป็นการทำประมงน้ำเค็มในพื้นที่เกาะกา ซึ่งเป็นฝั่งทะเลด้านอันดามัน มีปลาชุกชุม ส่วนการประมงน้ำจืดเป็นแบบเลี้ยงในครอบครัว หรือธรรมชาติตามคูคลอง หนอง บึง ซึ่งมีน้อยไม่อาจเป็นสินค้าได้ ส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าประเภทอาหาร เสื้อผ้า เครื่องมือเครื่องใช้ ธนาคารพาณิชย์โรงแรม โฮว์รูมรถยนต์

- อุตสาหกรรม มีการจัดทำโรงงานอุตสาหกรรมหลากหลาย เช่น โรงน้ำแข็ง โรงงานผลิตน้ำดื่ม ห้องเย็น โรงเลื่อย เตาถ่าน โรงงานปลาป่น โรงงานแปรรูปสินค้า โรงงานอัดแก๊ส เป็นต้น

- รับจ้าง ใช้แรงงานจาก 2 แหล่ง คือ แรงงานคนในท้องถิ่น และแรงงานคนต่างด้าว (สหภาพเมียนมาร์)

จากรายงานการวิจัยของกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า วิสาหกิจชุมชนประสบปัญหา 1) ขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนา 2) ขาดทักษะการผลิตและการตลาด มักทำตามกระแส กิจกรรมที่ทำไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สินค้ามีคุณภาพและปริมาณไม่สม่ำเสมอ ไม่มีการควบคุมมาตรฐานต่อเนื่อง ขาดตลาดในการจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน 3) ด้านการเสริมหนุนการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนมักเป็นสูตรสำเร็จ ไม่คำนึงถึงความเหมาะสมและความต้องการของพื้นที่ (สุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ, 2550: 21-23) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และศรีหทัย ไหมมมงคล (2550: 47- 48) ที่ว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในแบบเดิมๆ ผลิตบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านและของที่ระลึก มีผลิตภัณฑ์บางส่วนที่มีรูปแบบซ้ำๆ กัน ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ขาดความเข้าใจในกระแสความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาด ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการทำวิจัยและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด (ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา น. 606-632)

## 2. ผลิตภัณฑ์ OTOP วาริน กลุ่มหอมระนอง (น้ำอบไทย)

### 2.1 แนวคิดที่มาของการทำน้ำอบไทย น้ำแร่ระนอง

ในสมัยโบราณการทำน้ำอบไทยนั้นเราใช้น้ำฝนเป็นส่วนประกอบหลักในการทำน้ำอบไทย แต่ปัจจุบันสิ่งแวดล้อม มลพิษทางอากาศ ฝุ่น Pm 2.5 โลหะหนัก ทางอากาศจากรถยนต์ โรงงานอุตสาหกรรม ทำให้น้ำฝนที่ตกลงมามีมลพิษเจือปน

จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีน้ำแร่ที่เป็นเอกลักษณ์ บ่อน้ำแร่รักษะวารินตั้งอยู่บริเวณสวนสาธารณะรักษะวาริน เป็นบ่อน้ำแร่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ประกอบด้วยแร่ธาตุต่างๆ แต่ที่พิเศษกว่าบ่อน้ำร้อนแห่งอื่นก็คือ ไม่มีสารกำมะถันเจือปนเลย อีกทั้งบ่อน้ำแร่รักษะวาริน เป็นแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดระนอง ใช้ในพิธีเสกน้ำอภิเชกในการพระราชพิธีบรมราชาภิเชก น้ำอบไทย น้ำแร่ระนอง วาริน จึงเป็นน้ำอบไทยที่เหมาะสมสำหรับ นำไปรดน้ำผู้ใหญ่ สรงทำพระ ในเทศกาลวัน

สำคัญ เพื่อเป็นสวัสดิมงคล หรือประพรมร่างกาย ดับความร้อน มีสารสกัดจากสมุนไพรจากธรรมชาติ ผ่านกระบวนการขั้นตอนแบบโบราณ

ชื่อ "รักษะวาริน" ของน้ำพุร้อนแห่งนี้ เป็นชื่อที่ได้รับพระราชทานจากสมเด็จพระเจ้า เมื่อครั้งเสด็จเยือนระนองในปี พ.ศ.2510 ทางกลุ่มจึงนำชื่อ "วาริน" มาเป็นชื่อ แแบรนด์ ของผลิตภัณฑ์ น้ำอบไทย น้ำแร่ระนอง เพื่อให้ทราบแหล่งที่มาของน้ำที่นำมาผลิต (กลุ่มหอมระนอง) สินค้า OTOP ของกลุ่มหอมระนอง ประกอบด้วยไทม์ไลน์ดังนี้

ไทม์ไลน์พัฒนาการของกลุ่มหอมระนอง

พ.ศ.	ปี	เหตุการณ์
2560	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์น้ำอบน้ำแร่</li> <li>- ออกงาน เพื่อนพ้อง</li> <li>- ตลาดต้องชมที่ตำบลหงาว</li> <li>- ออกงานอาบน้ำแร่ระนอง</li> </ul>
2562	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์ที่ 2 คือ น้ำปรุงรดอกดกมาสุม</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ที่ 3 คือ บุษงาดับกลิ่นอับผลิตภัณฑ์เครื่องหอม</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ที่ 4 คือ ยาตมสมุนไพร</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ที่ 5 คือ แป้งรำดินขาวจากหาดส้มแป้น</li> </ul>

รูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มหอมระนอง ได้แก่

▪ **น้ำอบจากน้ำแร่ระนอง** มีกระบวนการผลิต คือ

- 1) นำน้ำจากบ่อน้ำร้อนรักษะวารินมาตักกับหลอดและใบเตย
- 2) พักน้ำที่ได้ให้มีการตกตะกอนประมาณ 2-3 คืน
- 3) นำน้ำที่ได้มาอบร่ำ ด้วยผิวมะกรูด กายาย น้ำตาลทรายแดง แขนงจันทร์เทศ

และขี้ผึ้ง

4) นำน้ำที่ได้มาใส่ในท้อบหรือเครื่องอบและนำทวนกับตะกั่วไปตั้งไฟ ทำแบบนี้ประมาณ 8 รอบ โดยแต่ละครั้งห่างกัน 20 นาที

5) หลังจากนั้นตั้งทิ้งไว้เพื่อให้มีการตกตะกอน โดยทิ้งไว้ 3 วัน

6) นำน้ำที่ได้มาปรุงน้ำอบ โดยใส่บดแป้งหินอ่อน ใส่หัวน้ำหอมลงไป (แห้งหินอ่อนจะเป็นตัวตั้งกลิ่น)

7) นำน้ำที่ได้มาบรรจุลงบรรจุภัณฑ์

- **น้ำปรุงดอกโกมาสุม** มีกระบวนการผลิตคือ
  - 1) เก็บดอกโกมาสุม
  - 2) เอาดอกแช่ในแอลกอฮอล์ 1 ครั้งเป็นเวลา 5 วัน
  - 3) นำดอกไม้อันใหม่ใส่ลงในภาชนะเดิม ทำแบบนี้เป็นเวลา 4 ครั้ง
  - 4) หมักบ่มไว้เป็นระยะเวลา 3 เดือน
  - 5) นำตัวตั้งกลิ่นใส่ในน้ำเพื่อตั้งกลิ่นของของดอกไม้
  - 6) บรรจุลงบรรจุภัณฑ์
- **บุหงาผลิตภัณฑ์เครื่องหอม** มีกระบวนการผลิตคือ
  - 1) เก็บดอกไม้แล้วนำไปพียงลงให้แห้งสนิท
  - 2) นำเศษผ้าจากผ้าปาเตะที่เหลือใช้มาตัดและเย็บเป็นรูปร่างของนกฮูกหรือรูปร่างตามใจชอบ
  - 3) ใส่ดอกไม้ที่ได้ในผ่านกฮูกแล้วนำไปอบ



- **ยาตมสมุนไพรร**



## 2.2 ปัญหาที่พบ

โลโก้ของผลิตภัณฑ์ ไม่มีความเด่นชัด ไม่ดึงดูดใจผู้พบเห็น ตัวผลิตภัณฑ์เกิดการชำรุดขณะขนส่ง ดังนั้นวิศวกรสังคมตำบลบางรีนได้สังเกตเห็นถึงปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงได้สนใจที่จะศึกษา การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP วาริน ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ตำบลบางรีน อำเภอมือง จังหวัดระนอง ด้วยการพัฒนาโลโก้ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งหวังให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์และสามารถนำความรู้จากที่ได้จากการอบรมนั้นไปต่อยอดและพัฒนาอาชีพหมุนเวียนในชุมชนได้จริง และสามารถทำการออกแบบให้มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

### 2.3. รูปแบบการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP วารินผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ตำบล บางรีน อำเภอบางบาล จังหวัด ราชบุรี



ผลิตภัณฑ์สินค้าOTOP วาริน

การพัฒนาแบบได้ใช้กระบวนการพัฒนาแบบ ADDIE Model ตามแนวคิดของ ครุส (Kruse,S.D.; Louis,K.S.; & Bryk,A. 1995) บูรณาการกับกระบวนการของผลิตภัณฑ์ใหม่ (new product process) ของบรูซ อัลเลนและแฮมิลตัน (Booz, Allen and Hamilton, 1982: 12-16) กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง (2550: 194-204) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ นิรัช สุดสังข์ (2548: 5-6) ร่วมกับหลักการและแนวคิดต่างๆ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด การวิเคราะห์ SWOT การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การจัดเวทีการเรียนรู้ การถอดบทเรียน (After Action Review or AAR) สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธา สายวาณิชย์ (2554; 82) ที่พบว่า วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จะต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการดังนี้ กระบวนการผลิตและกระบวนการทางธุรกิจ วิเคราะห์ลูกค้าเพื่อหาวิธีการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด แนวทางกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจังหวัดนครนายกมีการจัดการตลาด ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ คอตเลอร์ (Kotler and Keller, 2009: 63) และเป็นไปในทิศทางเดียวกับนันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2551: 34) จารिता หินเฑาะว์ และกันยารัตน์ สุขวิธกุล (2553: 9-16) อัจฉรา มลิวงศ์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช (2554: 526-532) ที่ใช้การวิเคราะห์ SWOT ในการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจ (ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา น.606-632)



ทีมวิศวกรสังคมตำบลบางรีนได้สังเกตเห็นปัญหา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการ มีความความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าเบื้องต้นบนสมาทโฟน เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบางรีน ตำบลบางรีน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจ ได้พัฒนาทักษะ สร้างเสริมประสบการณ์เรียนรู้ทางการออกแบบ โดยในการออกแบบนั้นทางวิศวกรสังคมได้คำนึงถึง ความเรียบง่าย ดึงดูดใจผู้พบเห็น จดจำง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะ สามารถใช้ได้ทุกลักษณะ ในส่วนของบรรจุภัณฑ์นั้นจะเน้นการออกแบบให้สามารถคุ้มครองป้องกันสินค้าจากความเสียหายเนื่องจากการขนส่ง จะต้องมีความแข็งแรง ทนทาน สวยงาม และมีการส่งออกที่ง่าย แข็งแรง เพื่อไม่มีการเสียหายของการผลิตบรรจุภัณฑ์



โลโก้ผลิตภัณฑ์ของตำบลบางรีน



ลักษณะกล่องบรรจุภัณฑ์

## สรุปท้ายบท

การศึกษาเรื่องการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP วารินผลิตภัณฑ์เครื่องหอมตำบลบางรีน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง วิศวกรสังคมตำบลบางรีนได้เห็นปัญหาและความสำคัญในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ในด้านการพัฒนาโลโก้ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าเบื้องต้นบนสมาร์ตโฟน เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบางร้าน ตำบลบางรีน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจ ได้พัฒนาทักษะ สร้างเสริมประสบการณ์เรียนรู้ทางการออกแบบ โดยในการออกแบบนั้นทางวิศวกรสังคมได้คำนึงถึง ความเรียบง่าย ดึงดูดใจผู้พบเห็น จัดจาง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยมุ่งหวังให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมนั้นไปต่อยอดและสามารถทำการออกแบบให้มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณสินค้าผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

## องค์ความรู้ใหม่

การศึกษาเรื่องการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP วารินผลิตภัณฑ์เครื่องหอมตำบลบางรีน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ทำให้ผู้ศึกษาได้องค์ความรู้ใหม่ที่จะนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา เนื่องด้วยวิศวกรสังคมจ้างงานประเภทนักศึกษา ตำบลบางรีน อำเภอเมืองระนอง จังหวัดระนอง ได้เล็งเห็นถึงปัญหาและความสำคัญการพัฒนาและยกระดับผลผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP วารินผลิตภัณฑ์เครื่องหอมเพื่อสู่เศรษฐกิจสร้างเสริมมูลค่าเพิ่มในพื้นที่ ด้วยการพัฒนาโลโก้ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งหวังให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมนั้นไปต่อยอดและพัฒนาอาชีพหมุนเวียนในชุมชนได้จริง และสามารถทำการออกแบบให้มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณสินค้าผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- จาริตา หินธารว, กันยารัตน์สุขวิชกุล, และคณะ. (2553). การจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านสามัคคีพัฒนา บ้านถ้ำ เต่า หมู่ 1 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร. ในการสัมมนาทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 48 สาขา เศรษฐศาสตร์และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (น.9-16). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นิรัช สุตสังข์. (2548). ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร. (2545). SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. อุบลราชธานี : คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). การออกแบบและพัฒนาแพชชันและมันชนภัณฑท์. กรุงเทพฯ : วิสคอมเซ็นเตอร์
- ศศิพร ต่ายคำ และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 8(1), 606-632.
- สุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ. (2550). กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง. รายงานวิจัยกรมส่งเสริมการเกษตร.
- สุทธา สายวาณิชย์. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง. สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- อัจฉรา มลิวงค์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2554). “รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นวดแผนไทยบ้านแม่ทะ ตำบลแม่ทะ อำเภอมแม่ทะ จังหวัดลำปาง.” เอกสารการประชุมวิชาการและ การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ แม่โจ้-แพร์ วิจัย ครั้งที่ 2, จัดโดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ณ ห้องประชุม มหาวิทยาลัย แม่โจ้ - แพร์ เฉลิมพระเกียรติ อำเภอร้องกวาง จังหวัดแพร่, 1-2 กันยายน.
- Booz, Allen, & Hamilton. (1982). New products management for the 1980s. New York, NY: Author.
- Kruse,S.D.; Louis,K.S.; & Bryk,A. (1995). An emerging framework for analyzing school-based professional community. In Professionalism and Community: Perspectives on Reforming Urban Schools. K.S. Louis; & S.D.Kruse (Eds.). pp.23-42. C.A.: Corwin Press
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). Marketing management (13th ed.). Pearson Prentice Hall