

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนก อมรปฏิพัทธ์. (2547). การสื่อสารแบบผสมผสาน และชื่อเสียงขององค์กรที่มุ่งหวังกำไรองค์กรที่มีได้มุ่งหวังกำไร และองค์กรของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2549). ได้ฝากฟ้าแห่งการศึกษาสื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสารภาพรวมจากงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

กุลนรี แนวพนิช. (2547). กระบวนการสื่อสารในการจัดการ "โครงการสะพานบุญ" ของวัดสวนแก้วจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เพชรเกษมการพิมพ์

กวินดา วัชรสิงห์. (2544). กลยุทธ์การสื่อสารในการระดมทุนขององค์กรสาธารณะประโยชน์ในการทำงานเพื่อสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากฎมีปัญญาไท สุขภาพวิถีไท. 2550. พาวเวอร์พอยท์ : คณะกรรมการยุทธศาสตร์การพัฒนากฎมีปัญญาไท สุขภาพวิถีไท.

จารุณี พัชรพิมานสกุล. (2542). การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จุมพล ผ่องนัยเลิศ. (2545). ทักษะการสื่อสารและกลวิธีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ของผู้นำ
 เยาวชนด้านการป้องกันยาเสพติด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา
 นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และ มนต์ศิริ เมื่อกสุคนธ์. (2548). สูตรใหม่การตลาดยุคออนไลน์.
 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มาร์เก็ตติ้ง กูรู แอสโซซิเอชั่น.
- दनัย จันทรเจ้าฉาย. (2552). white ocean strategy กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ :
 สำนักพิมพ์ ดีเอ็นจี
- ดาราทิปะปาล. (2541). การสื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรการพิมพ์
- ดารินทร์ ปิยะสรนันท์. (2546). การวางตำแหน่งตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
ของสตาร์บัคส์และบ้านไร่กาแฟ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา
 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิสทัต โรจนาลักษณ์. (2547). รายงานการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพด้านสมุนไพร
กรณีศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยา
 อภัยภูเบศร.
- ทรรศนวรรณ รณฤทธิวิชัย. (2548). กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาความรู้ด้าน "การแพทย์
ทางเลือก" ของมูลนิธิสุขภาพไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา
 นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2531). การศึกษาในเชิงของระบบและกระบวนการองค์การและการบริหาร.
 พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์
- ธงชัยและชนาธิป สันติวงษ์. (2542). องค์การกับการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- บรรยงค์ โตจินดา. (2542). องค์การและการจัดการคน. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รวมสาสน์

- บริษัทไทยประกันชีวิต. (2545). สมุนไพรรักษาโรค. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จีเอ็ม แม็กมีเดีย. (ที่ระลึกเพื่อเฉลิมฉลองวาระ 60 ปี บริษัทไทยประกันชีวิต)
- บุญชุม ศรีสะอาด. (2547). วิธีการสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม1. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ สุวีริยาสาสน์.
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐและคณะ. (2548). รู้เท่าทันแบรนด์. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มติชน.
- เบญจวรรณ ชื่อสัตว์.(2549). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรกับภาพลักษณ์และชื่อเสียงของตราสินค้าฮอนด้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบลล์ช, ไมเคิล เอ. (2551). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด แปลจากเรื่อง Advertising and Promotion :an intergrated marketing communication perspective. โดย กมล ชัยวัฒน์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ แมคกรอ-ฮิล.
- ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2547). การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ แพค อินเตอร์กรุป จำกัด
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่10. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ปราณปรีดา เอื้อสถาพร. (2549). กระบวนการประชาสัมพันธ์และการยอมรับโครงการทูนัมเบอร์วัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์, กิตติ กัญภัย, พัฒนพงษ์ จาติเกตุ และ ปิยะนาถ จาติเกตุ. (2546) การสื่อสารสุขภาพ ศักยภาพของสื่อมวลชน ในการส่งเสริมสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ สัมปัดตะวานิช. (2547). การตลาดเพื่อสังคม. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรพรรณ สุจิตจรจุล. (2545). ทัศนะของนักกรรณรังค์ไทยและการประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมในโครงการกรรณรังค์เพื่อพัฒนาสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชนี เขยจรรยา,เมตตา กฤตวิทย์ และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2538). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง.

พิงพรรณ สัจจา. (2549). การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ทัศนคติ และยอมรับกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพธารน้ำแร่ โรงพยาบาลระนอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพ็ญนภา ทรัพย์เจริญ, ชุศรี มิตรประสารและประภาพร สุขพรวรรกุล, บรรณาธิการ. (2538). สมุนไพรรักษาโรคในยุคน้ำท่วม. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

เพ็ญนภา ทรัพย์เจริญ. (2539). การแพทย์แผนไทย การแพทย์องค์รวม. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

เพ็ญนภา ทรัพย์เจริญ. (2540). สมุนไพรรักษาโรคในยุคน้ำท่วม. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

พัฒนา กิตติอาษา, บรรณาธิการ. (2546). มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ แปลนพริ้นติ้ง.

- ระวิทย์ บุญสินสุข.(2524). การศึกษาการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานภายในของบริษัทเงินทุน
อุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันเฉลิม จันทร์ทากุล. (2542). สมุนไพร่ไทย ธุรกิจมีเงินล้าน. พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทย
ยูโรโปรเจกต์.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2542, เมษายน). โมเดิร์นเทรด vs โซเชียลมาเกิดตั้ง.4P Magazine.: หน้า
22-23.
- ศันสนีย์ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. (2546). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคนดี และการใช้สมุนไพร่ไทยของ
คนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิกานต์ ลิ้มปิติ. (2548). แนวคิด มุ่งสร้างตราสินค้าในองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิรินันต์ ลิ้มปนชัยพรกุล.(2545). กระบวนการสื่อสารในการแปรรูปโรงพยาบาลบ้านแพ้ว.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวรัตน์ ณ ปทุม, สุรกิจ เทวกุล และ ปริญ ลักษิตานนท์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง. พิมพ์
ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Brand Age Book.
- สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2546). องค์กรสาธารณะประโยชน์แห่งประเทศไทย.
กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทร์วานิช.(2541). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

สุภาภรณ์ ปิติพร. (2547). บริโภคนิยมและการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพร:กรณีศึกษาการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์ การแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุภาภรณ์ ปิติพร. (2547). สมุนไพรอภัยภูเบศร สืบสานภูมิปัญญาไทย. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ประมัตต์การพิมพ์.

สุรางคณา ณ นคร. (2546). การสื่อสารตราสินค้าในแนวทางการตลาดสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุวัฒนา วงษ์กระพั่น. (2530). การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจโฆษณา หน่วยที่ 1-5 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

เสนาะ ดิยาวี. (2541). การสื่อสารในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แสงไทย คำภูไทย, ผู้เรียบเรียง. (2545). เจาะงานวิจัยสมุนไพรหมื่นล้าน. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ อินฟอร์มีเดีย บூคส์.

อริศรา จารุรัตน์. (2548). กลยุทธ์การใช้การสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่และสร้างการยอมรับผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารการตลาด. (2549). พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, บรรณาธิการ. (2545). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน, วัฒนธรรมและสังคม. พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Argenti, P.A. (2003). Corporate communication. 3rd ed. New York : McGraw-Hill.

Belch, G. E, & Belch M.A. (2004). Advertising and promotion : An integrated marketing communications perspective. 6th ed. New York : McGraw-Hill.

Drucker, P. F. (1989). What business can learn from nonprofit. Harvard Business Review . 67(4),88-93.

Kotler, P. (2003). Marketing management. 11th ed. Upper Saddle. NJ :Prentice Hali.

Kotler,P., & Keller ,KL. (2006). Marketing management(12thed.). Upper saddle River, NJ:Prentice-Hall.

Rogers, Everett M., and Shoemaker, Floyd F. (1971). Communication of innovation : A cross Cultural Approach. 2nd ed. New York : The Free Press,

Windahl et al. (1992). Using Communication Theory. Sage Publication.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภาคผนวก ก

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (Depth Interview) “กระบวนการสื่อสารส่งเสริมการตลาดสมุนไพรอภัยภูเบศร”

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (Depth Interview) แบ่งเป็น 6 ส่วน
ดังต่อไปนี้

ส่วนที่1 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร /เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ

1. ชื่อ นามสกุล
2. หน่วยงานและตำแหน่ง

ส่วนที่2 เกี่ยวข้องกับมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

1. มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เกิดขึ้นด้วยเหตุปัจจัยใด
2. มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีระบบการบริหารจัดการภายในมูลนิธิ
อย่างไร
3. มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีการสื่อสารอย่างไรภายในมูลนิธิ ระหว่าง
ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ
4. มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรใช้กระบวนการสื่อสารอย่างไรในการส่งเสริม
การตลาดสมุนไพรอภัยภูเบศรให้เป็นที่รู้จัก(มีการส่งเสริมการขายแบบ ลดแลก แจก
แถม หรือไม่)
5. มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรร่วมมือกับองค์กรพันธมิตรในเรื่องเกี่ยวกับ
การส่งเสริมการตลาดสมุนไพรอภัยภูเบศรอย่างไร และมีหน่วยงานใดเป็นองค์กร
พันธมิตรบ้าง
6. กระแสสุขภาพของคนไทยที่เริ่มมานิยมสมุนไพรไทย มีมาตั้งแต่ช่วงใด และในช่วง
เวลาดังกล่าวมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีการพัฒนาสมุนไพร
อภัยภูเบศรไปในทิศทางใด
7. การส่งเสริมการตลาดสมุนไพรอภัยภูเบศรของมูลนิธิในปัจจุบันประสบความสำเร็จ
มากน้อยเพียงใด

ส่วนที่3 เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร

1. กลุ่มเป้าหมายหลักที่แท้จริงคือใคร
2. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรมีการแพร่กระจายไปตามจังหวัดต่างๆอย่างไร และในเขตกรุงเทพนั้นมีการแพร่กระจายไปที่ใดบ้าง เช่น ห้างโต ตลาดโต (ระบุชื่อห้างหรือตลาดให้ชัดเจนที่สมุนไพรอภัย ภูเบศรไปวางจำหน่าย)
3. มีหลักเกณฑ์ในการวางแผนการจำหน่ายและใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่อย่างไร
4. ปัจจุบันใดที่ทำให้สมุนไพรอภัยภูเบศรดำรงอยู่ได้กว่า20ปี
5. ท่านคิดว่าในปัจจุบันคนไทยหันมานิยมใช้สมุนไพรเพิ่มขึ้นมากกว่าแต่ก่อนหรือไม่
6. สมุนไพรอภัยภูเบศร ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับยุคกระแสโลกาภิวัตน์อย่างไร
7. สมุนไพรอภัยภูเบศรจัดจำหน่ายภายใต้การดำเนินงานของมูลนิธิ สามารถแสวงหากำไรได้หรือไม่ อย่างไร
8. ปัจจุบันสมุนไพรอภัยภูเบศรเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในวงกว้างหรือไม่อย่างไร
9. สมุนไพรอภัยภูเบศรมีลักษณะการขายตรง หรือมีตัวแทนจำหน่ายหรือไม่อย่างไร / ราคาจะเท่ากับมาซื้อที่ร้านค้ามูลนิธิเองหรือไม่
10. ในแนวทางที่จะทำให้คนไทยหันมาบริโภคสมุนไพรและมีทัศนคติเชิงบวกต่อสมุนไพรมากขึ้น
11. ใครเป็นผู้กล่าวว่า สมุนไพรอภัยภูเบศร เป็น The Best Practise

ส่วนที่4 การตลาด/ การสร้างตราสินค้า

1. สินค้าสมุนไพรอภัยภูเบศรมีวิธีการเข้าสู่ตลาดและทำการสื่อสารอย่างไร(ฝ่ายการตลาดเริ่มมีขึ้นตั้งแต่เมื่อไหร่)
2. การผลิตสินค้าสมุนไพรอภัยภูเบศร เป็นลักษณะการตลาดเพื่อสังคมหรือไม่อย่างไร
3. มีหลักการกำหนดปัญหาของสังคมหรือไม่ อย่างไร
4. ถ้าไม่สามารถเดินทางมาซื้อสินค้าได้ตามร้านค้าที่จำหน่ายสมุนไพรอภัยภูเบศร สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทางใดบ้าง หรือมีระบบตัวแทนจำหน่ายที่ใดบ้าง
5. สมุนไพรอภัยภูเบศรมีการโฆษณา ผ่านทางสื่อสารมวลชนต่างๆหรือไม่ อย่างไร

6. ท่านคิดเห็นอย่างไร ว่าสื่อมวลชนรายการโทรทัศน์, รายการวิทยุ หรือการลงข่าว ในหนังสือพิมพ์เป็นเหตุปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ตราสินค้าสมุนไพรไทยกลายเป็นที่ รู้จัก เพิ่มมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร
7. การสร้างตราสินค้าของสมุนไพรไทยมีวิธีการอย่างไร มีจุดเริ่มต้นอย่างไร
8. ตราสินค้าที่เป็นรูปตึกทรงबारอกสมัยรัชกาลที่ 5 สื่อถึงสินค้าสมุนไพรไทยอย่างไร
9. สมุนไพรไทยมีความแตกต่างจากสมุนไพรไทยยี่ห้ออื่นๆอย่างไร
10. ปัจจัยที่เอื้อต่อการสร้างตราสินค้าสมุนไพรไทย
11. ปัจจัยที่ทำให้ตราสินค้าสมุนไพรไทยประสบความสำเร็จและดำรงอยู่
12. แนวโน้มการตลาดของสมุนไพรไทยในต่างประเทศเป็นอย่างไร
13. ตั้งแต่ปี 2540 หลังจากยุคเศรษฐกิจฟองสบู่แตก การตลาดของสมุนไพร ไทยเป็นไปในทิศทางใด

ส่วนที่5 การสื่อสาร

1. การสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการตลาดอย่างไร
2. มีการติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนอย่างไร จึงมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง
3. สื่อมวลชนใดบ้างที่นำเสนอการทำงานของมูลนิธิ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทย
4. คิดว่าการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ นั้น จะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงอยู่ของสมุนไพรไทยหรือไม่อย่างไร
5. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดสมุนไพรไทยในปัจจุบันคิดว่าเหมาะสม และเพียงพอหรือไม่อย่างไร
6. แนวทางในการเลือกใช้สื่อในการส่งเสริมการตลาด
7. แนวทางการสื่อสารของมูลนิธิครอบคลุมการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสมุนไพร มากน้อยเพียงใด
8. จากการที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวเกี่ยวกับสมุนไพรอันตราย 13 ชนิด ส่งผลกระทบต่อ การจำหน่ายละความเชื่อมั่นในสมุนไพร หรือไม่อย่างไร
9. แผนยุทธศาสตร์ชาติ การพัฒนาภูมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย2550-2554 ส่งผลใน ด้านดีในการพัฒนาสมุนไพรและเป็นการช่วยส่งเสริมการตลาดทางด้านสมุนไพร หรือไม่อย่างไร

ส่วนที่ 6 แบบสัมภาษณ์องค์กรพันธมิตร

1. เหตุใดรายการชีวิตชีวาจึงเลือกนำเสนอเรื่องราวของสมุนไพรไทย
2. กลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่ที่ชมรายการ เป็นกลุ่มคนประเภทใด
3. ท่านคิดว่าสื่อมวลชนเป็นช่องทางที่สำคัญอย่างไร ในการบินสื่อกลางเพื่อให้คนไทยหันมาใช้สมุนไพรไทย เพิ่มขึ้น
4. ในฐานะที่ท่านเป็นสื่อมวลชนที่นำเสนอเรื่องราวของ สมุนไพรไทยที่ท่านคิดว่าสมุนไพรไทยในปัจจุบันเป็นไปในทิศทางใด
5. การสื่อสารเรื่องราวของสมุนไพรไทยผ่านทางรายการโทรทัศน์ทำให้การตลาดของสมุนไพรดีขึ้น หรือไม่อย่างไร
6. ท่านคิดว่าในปัจจุบันคนไทยหันมานิยมใช้สมุนไพรมากขึ้นเพียงใด อย่างไร
7. ท่านคิดว่ากระบวนการสื่อสารของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเพื่อส่งเสริมการตลาดสมุนไพรไทยให้เป็นที่รู้จักนั้น เพียงพอในสังคมปัจจุบันหรือไม่ อย่างไร

ภาคผนวก ข

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามการวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารส่งเสริมการตลาดสมุนไพรอภัยภูเบศร”

คำอธิบายเบื้องต้น : การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารส่งเสริมการตลาดสมุนไพรอภัยภูเบศร” เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงขอความกรุณาจากท่านด้วยการตอบคำถามทุกข้อให้ตรงความจริงมากที่สุด ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง และเติมข้อความลงในช่อง..... ตามความเป็นจริง

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. จังหวัดที่อาศัย 1. ปราจีนบุรี 2. กรุงเทพมหานคร 3. อื่นๆ
3. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. 20 – 29 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 30 – 39 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 40 – 49 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 50 – 59 ปี
<input type="checkbox"/> 5. 60 ปี ขึ้นไป	
4. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. สมรส
<input type="checkbox"/> 3. หย่า	<input type="checkbox"/> 4. แยกกันอยู่
5. การศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษา
<input type="checkbox"/> 3. อาชีวศึกษา	<input type="checkbox"/> 4.ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> 5. สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ
6. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. นักเรียน - นักศึกษา	<input type="checkbox"/> 2. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> 3. รับจ้าง	<input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> 5. ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ

7. รายได้ต่อเดือน

1. น้อยกว่า 5,000บาท 2. 5,000 – 10,000 บาท
 3. 10,001 – 15,000 บาท 4. 15,001 – 20,000 บาท
 5. 20,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารเรื่องสมุนไพรรักษาโรคภัยไข้เจ็บผ่านสื่อต่างๆ

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

1. สื่อที่ทำให้ท่านรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคภัยไข้เจ็บ (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

1.1 โทรทัศน์

- ช่อง 3 รายการชีวิตชีวา ทุกวันอาทิตย์ 05.35-06.00 ช่อง3 เทียวละไมไทยแลนด์ ตอน เทียวปราจีนกับสาวหน้าใส หัวใจลูกทุ่ง (ออกอากาศ 30 ต.ค. 2548)
 ช่อง 3 อัจฉริยะข้ามคืนล้านที่ 30 กับสมุนไพรรักษาโรคภัยไข้เจ็บ (ออกอากาศ 12 กพ.2549) Sme.Channel ช่วง otop sme. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรคภัยไข้เจ็บ (ออกอากาศ 25 กย. 2548)
 ช่อง เคเบิลทีวี DTV ทางช่อง D Channel Voice of the day : สมุนไพรรักษาโรคภัยไข้เจ็บ โดย หมอ.สุภาภรณ์ ปิติพร เคเบิลทีวี (ออกอากาศ 16 ส.ค. 2552) ช่อง9 รายการคุณพระช่วย ตอน สมุนไพรรักษาโรคภัยไข้เจ็บชาวบ้านกลายเป็นยาตำราหลวง (ออกอากาศ 25พ.ย.2551)
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.2 วิทยุ

- AM 819 รายการ ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคภัยไข้เจ็บ โดย หมอ. สุภาภรณ์ ปิติพร
 FM.92.0
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.3 นิตยสาร/หนังสือพิมพ์

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> นิตยสาร หมอชาวบ้าน | <input type="checkbox"/> อภัยภูเบศร แบนด์แกร่งปากต่อปาก คอลัมน์ Small Biz (นสพ.กรุงเทพธุรกิจ 4 สค 49) |
| <input type="checkbox"/> นิตยสาร ชีวจิต | <input type="checkbox"/> HERB FOR HELATH MAGAZINE |
| <input type="checkbox"/> ภญ.ดร.สุภาภรณ์ ผู้สร้างตำนานอภัยภูเบศร สมุนไพรเพื่อชีวิต (นสพ. ผู้จัดการ 7 ธค 50) | <input type="checkbox"/> moonbow ซ้อป อภัยภูเบศรที่ ฟุโกโอะกะ (นสพ.ประชาชาติธุรกิจ 25 สค 51) |
| <input type="checkbox"/> สมุนไพรอภัยภูเบศรสร้างด้วยศรัทธา (นสพ.ฐานเศรษฐกิจ 16-19 สค 52) | <input type="checkbox"/> ฟ้าทะลายใจสมุนไพรด้านใช้หวัด (นสพ.ไทยรัฐ 29 สค. 52) |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

1.4 สื่อบุคคล

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> แพทย์/เภสัชกร | <input type="checkbox"/> พนักงานขายสมุนไพรอภัยภูเบศร |
| <input type="checkbox"/> ญาติ | <input type="checkbox"/> เพื่อน/คนรู้จัก |
| <input type="checkbox"/> เจ้านาย/ลูกน้อง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

1.5 สื่อเฉพาะกิจ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อภัยภูเบศรสาร | <input type="checkbox"/> แผ่นพับ/โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> สื่อ ณ จุดขาย เช่น คำอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อภัยภูเบศร หรือ ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่เป็นส่วนผสมที่อยู่ในผลิตภัณฑ์ บริเวณจุดขายสินค้า | <input type="checkbox"/> งานแสดงสินค้า เช่น งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ณ อิมแพคมาริน่าเมืองทองธานี |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ www.abhaiherb.com | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ |

2. ความเหมาะสมของสื่อแต่ละประเภทในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรอภัยภูเบศร

ประเภทสื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. นิตยสาร/หนังสือพิมพ์					
4. สื่อบุคคล					
5. สื่อเฉพาะกิจ					

3. ใน 1 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยได้รับทราบข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร หรือไม่

1. เคย 2. ไม่เคย

4. ท่านทราบสถานที่ต่างๆในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรหรือไม่

1. ทราบเพียงแห่งเดียว 2. ทราบหลายแห่ง

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร

1. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 1. ครีมล้างหน้า /ครีมบำรุงผิว

- 1.1 ครีมล้างหน้ามะขาม 1.2 ครีมบำรุงผิวแต่งความผสมวิตามินอี
 1.3 โลชั่นบำรุงผิวขมิ้นชัน 1.4 เจลล้างหน้าแต่งกวาง

 2. ครีม /โลชั่น

- 2.1 ครีมเสลดพังพอน 2.2 คาลาไมน์เสลดพังพอน
 2.3 กลีเซอรีนเสลดพังพอน 2.4 ครีมไหล
 2.5 ตะไคร้หอมโลชั่น

 3. แคปซูล

- 3.1 แคปซูลฟ้าทะลายโจร 3.2 แคปซูลขมิ้นชัน
 3.3 แคปซูลเถาวัลย์เปรียง 3.4 แคปซูลบอระเพ็ด
 3.5 แคปซูลเพกา 3.6 แคปซูลยอ
 3.7 แคปซูลเพชรสังฆาต 3.8 แคปซูลบัวบก
 3.9 แคปซูลหญ้าบักกิ้ง

4. ชาชง

- 4.1 ชาชงหญ้านวดแมว
- 4.3 ชาชงชুমเห็ด
- 4.5 ชาชงกระเจี๊ยบ
- 4.7 ชาชงกระชาย

- 4.2 ชาชงรางจืด
- 4.4 ชาชงหญ้าปักกิ่ง
- 4.6 ชาชงคำฝอย

 5. แชมพู /ครีมนวด

- 5.1 แชมพูบอระเพ็ด
- 5.3 ครีมนวดผสมอัญชัน

- 5.2 แชมพูชิง

 6. น้ำมัน

- 6.1 น้ำมันไพล
- 6.3 น้ำมันไพลมะกูด

- 6.2 น้ำมันไพลกลั่นขมิ้น
- 6.4 น้ำมันหมักผสมมะขามป้อม-สมอไทย

 7. น้ำสมุนไพร

- 7.1 น้ำดอกอัญชัน
- 7.3 น้ำหญ้าปักกิ่ง
- 7.5 น้ำว่านกาบหอย
- 7.7 น้ำว่านหางจระเข้กลั่นใบเตย

- 7.2 น้ำลูกยอ
- 7.4 น้ำสมอไทย
- 7.6 น้ำมะขามป้อม
- 7.8 น้ำมะตูมกลั่นตะไคร้และใบเตย

 8. ยาแก้ไอมะขามป้อม

 9. ยาสีฟันอภัยภูเบศร

 10. ยาหม่อง

- 10.1 ยาหม่องน้ำมะกรูด
- 10.3 ยาหม่องเสลดพังพอน

- 10.2 ยาหม่องกันยุงตะไคร้

11. สบู่

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 11.1 สบู่มน้ำผึ้ง | <input type="checkbox"/> 11.2 สบู่ขมิ้นชันบำรุงผิว |
| <input type="checkbox"/> 11.3 สบู่ใสแต่งกวาง | <input type="checkbox"/> 11.4 สบู่เหลวขมิ้นชัน |
| <input type="checkbox"/> 11.5 สบู่ใสขมิ้นชัน | <input type="checkbox"/> 11.6 สบู่เปลือกมังคุด |
| <input type="checkbox"/> 11.7 สบู่รำข้าว | <input type="checkbox"/> 11.8 สบู่ลูกยอ |

 12. สเปรย์

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 12.1 สเปรย์ตะไคร้หอมไล่ชั้น | <input type="checkbox"/> 12.2 สเปรย์ใบฝรั่ง |
|--|---|

2. ท่านได้เป็นสมาชิก (Member Card) ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรกัญญาเบส หรือไม่

- | | |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เป็น | <input type="checkbox"/> 2. ไม่ได้เป็น |
|----------------------------------|--|

3. ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจยอมรับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกัญญาเบส (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> 2. เชื่อมั่นในตราสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 3. เชื่อมั่นในตัวบุคคลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรกัญญาเบส |
| <input type="checkbox"/> 4. เป็นสินค้าที่ผลิตจากสมุนไพรซึ่งปราศจากสารเคมีเจือปน |
| <input type="checkbox"/> 5. เป็นสินค้าที่ได้รับการดูแลจากแพทย์ และเภสัชกร แผนปัจจุบัน |
| <input type="checkbox"/> 6. ต้องการอุดหนุนสินค้าที่เป็นของไทย |
| <input type="checkbox"/> 7. เป็นผลิตภัณฑ์ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม |
| <input type="checkbox"/> 8. ต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> 9. กระแสสุขภาพโดยการใส่สมุนไพรกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน |
| <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ตอนที่ 4 ระดับความพึงพอใจในการยอมรับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกัญญาเบส (หลังจากยอมรับการใช้สมุนไพรกัญญาเบส)

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
2. ราคา					
3. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์					
4. ความสะดวกในการซื้อ					
5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์					

1. ท่านจะแนะนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ญาติ / เพื่อน / คนรู้จัก/ เจ้านายลูกน้อง ได้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรหรือไม่

แนะนำ

ไม่ได้แนะนำ

2. ท่านคิดว่า การส่งเสริมการตลาดของสมุนไพรในปัจจุบันทำให้คนไทยรับรู้และยอมรับใช้สมุนไพรมากขึ้นหรือไม่

1. ใช่

2. ไม่ใช่

3. ไม่แน่ใจ

** ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม **

ภาคผนวก ค

ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



พุทธศักราช 2452 เจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ชุ่ม อภัยวงศ์) ว่าจ้างบริษัทไฮวาร์ด เออร์สกิน สร้างตึกเพื่อใช้รับเสด็จพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และใช้เป็นที่พักแรมของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในกรณีที่พระองค์เสด็จมายังมณฑลปราจีนบุรีอีก แต่พระองค์เสด็จสวรรคตเสียก่อนในปีพุทธศักราช 2453 ต่อมา ในปี พ.ศ. 2455 ตึกหลังนี้ได้ใช้รับเสด็จพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และพระราชวงศ์อีกหลายพระองค์ ตึกหลังนี้เป็นมรดกตกทอดมาถึงพระนางเจ้าสุวัทนา พระวรราชเทวี ในรัชกาลที่ 6 (พระนามเดิมว่า เครือแก้ว อภัยวงศ์ ทรงมีศักดิ์เป็นหลานปู่ของเจ้าพระยาอภัยภูเบศร) และพระองค์ได้ประทานตึกหลังนี้ให้แก่ทางราชการ เมื่อปี พ.ศ. 2482 จนได้กลายมาเป็นตึกผู้ป่วยหลังแรก

ต่อมาในปี พ.ศ. 2480 เมื่อพระองค์ได้นำเสด็จสมเด็จพระเจ้าภคินีเธอเจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดาสิริโสภาพัฒน์วดี พระราชธิดาไปประทับที่ประเทศอังกฤษ จึงประทานที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดนั้นแก่มณฑลทหารบกที่ 2 จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อใช้เป็นสถานพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และได้เปลี่ยนเป็น "โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร" เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2509 โดยมีสมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัฒน์วดี และพระนางเจ้าสุวัทนาพระวรราชเทวี เสด็จมาทรงเปิดป้ายโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรพร้อมทั้งทรงรับโรงพยาบาลแห่งนี้ไว้ในพระอุปถัมภ์

เดิมตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเดิม เป็นตึกอำนวยการ ได้มีการดัดแปลงทำชั้นล่างเป็นห้องตรวจโรค ห้องจำหน่ายยา และห้องผ่าตัด ชั้นบนทำหน้าที่รับคนไข้หญิง โดยมีเรือนคนไข้ชายแยกต่างหาก มีเตียงรับคนไข้ 50 เตียง มีโรงประกอบอาหาร คนไข้ โรงซักฟอก ที่เก็บศพ เรือนพักคนงาน บ้านนายแพทย์ อย่างละ 1 หลัง บ้านพักพยาบาลอีก 3 หลัง การเข้าถึงโรงพยาบาล เข้าได้ทางเรือเพียงอย่างเดียว จนมีการสร้างถนนขึ้นในปี พ.ศ. 2486 จนถึงปี พ.ศ. 2512 ตึกอำนวยการในปัจจุบันได้ก่อสร้างเสร็จ ส่วนตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในการประชุมสัมมนาในบางกรณี

ในปี พ.ศ. 2533 กรมศิลปากรได้ ประกาศขึ้นทะเบียนตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นโบราณสถานของชาติ ต่อมาได้มีการบูรณะตึกครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2537 โดยงบประมาณของจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 2.5 ล้านบาท และคุณป้าจรรยา ประสมสน บริจาคสมทบอีก 100,000 บาท โดยมีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์การแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศรขึ้น และในปีพ.ศ.2542ได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมดีเด่นประเภทอาคารจาก สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

จากคุณค่าของตึกเจ้าพระยา อภัยภูเบศรทั้งในแง่ความงามทางสถาปัตยกรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางจิตวิญญาณของความเป็นไทย และคุณูปการที่ตึกหลังนี้ได้ทำประโยชน์ให้แก่แผ่นดินไทยตามที่ได้กล่าวมา ข้างต้น โรงพยาบาลฯ จึงได้จัดทำโครงการ "ด้วยรักและภักดี 100 ปี ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศร" ขึ้นในปี พ.ศ.2552 ที่ตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรครบรอบ100ปี เพื่อสร้างการรับรู้ ความตระหนักในคุณค่าของตึกเจ้าพระยาอภัยภูเบศรแก่สังคมไทยในมิติต่างๆ รวมทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดปราจีนบุรี และส่งเสริมการใช้สมุนไพรและตำรายาไทย ให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้น

ภาคผนวก ง

สรุปแผนการดำเนินงานมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรประจำปี2552

ผลการดำเนินงานประจำปี 2552
ส่วนพัฒนาธุรกิจ

ผลการดำเนินงาน : ฝ่ายขาย

ปี 2552 ที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายใต้การเติบโตร้อยละ 25 เมื่อเทียบกับจากปี 2551 เป็นมูลค่าการจำหน่ายทั้งสิ้น 200 ล้านบาท

๙ ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรย้อนหลัง	
ปี	ยอดจำหน่าย (ล้านบาท)
2544	39.14
2545	110.80
2546	92.53
2547	84.87
2548	89.95
2549	94.68
2550	120.34
2551	160.60
2552	200.70

ส่งเสริมการขาย คือรายได้ที่ทางมูลนิธิฯ ดูแลรับผิดชอบ มียอดจำหน่ายทั้งสิ้น 45.74 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23 ของรายได้ทั้งปี แบ่งเป็น 2 ส่วน

- **3.1 ส่งเสริมการขายภายในประเทศ** เป็นการจำหน่ายผ่านหลายช่องทาง ได้แก่ การสั่งซื้อจากโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน ผู้ค้ารายย่อยที่มาซื้อจากมูลนิธิโดยตรง รวมถึงรายได้จากการออกร้านในงานแสดงสินค้าตลอดทั้งปีอย่างต่อเนื่อง เป็นยอดจำหน่ายทั้งสิ้น

- **3.2 ส่งเสริมการขายต่างประเทศ** ตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมาทางมูลนิธิได้มีพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทเครื่องสำอางกับบริษัท Tennebutai ประเทศญี่ปุ่นภายใต้เครื่องหมายการค้า “อภัยภูเบศร” มีรายการผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 25 รายการ และได้ทำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรในขนาดเล็กเพื่อจำหน่ายให้กับโรงแรมในประเทศญี่ปุ่น ร้านจำหน่ายที่เมืองฟูกุโอกะ ชื่อร้าน “MoonBoo” ได้มีการเพิ่มจำนวนบริการนวดหน้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์อภัยภูเบศรจาก 1 เตียงเป็น 2 เตียงตามปริมาณการรับบริการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้บริษัท Tennenbutai ได้ทำการเปิดร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรภายใต้ชื่อร้าน “อภัยภูเบศร” ที่โยโกฮาม่า เมืองโตเกียว ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2552 และมีแผนการเปิดร้านจำหน่ายเพิ่มอีก 1-2 แห่งในปี 2553 นี้ สำหรับยอดการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัท Tennenbutai ทั้งสิ้น 1.4 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2551 ร้อยละ 28

ผลการดำเนินงาน : ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์

- การดำเนินงานด้านการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์

มูลนิธิฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์อภัยภูเบศรไว้ คือ “มุ่งเน้นสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นผู้นำด้านความรู้และผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย รวมถึงการเป็นผู้อนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย”

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ช่องทาง

1. เป็นการให้สัมภาษณ์ หรือมาถ่ายทำเรื่องราวหรือกิจกรรมของโรงพยาบาลโดยสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่นำไปออกอากาศทั้งใน และนอกประเทศ ในปี 2552 มีประมาณ 12 รายการ คือ

- รายการชีวิต ชีวา ออกอากาศ เวลา 5.30 - 6.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3
- รายการเรื่องเด่นเย็นนี้ ออกอากาศ เวลา 17.35-18.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3
- รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง (ฝากข่าว) ออกอากาศ เวลา 8.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3
- รายการ 30 ยังแจ๋ว (ฝากข่าว) ออกอากาศ เวลา 9.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3
- รายการบุษบา บานเช้า ออกอากาศ เวลา 8.30 - 9.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5
- รายการ เจอร์นี่ ไทยแลนด์ ออกอากาศ เวลา 22.30-23.00 ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5
- รายการข่าวข้นคนข่าวเช้า (ฝากข่าว) ออกอากาศ เวลา 06.00 – 08.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9

- รายการ เชี่ยนข้าว ออกอากาศ เวลา 17.35 - 18.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9
- สถานีโทรทัศน์วัดสังฆทาน ทางสถานีโทรทัศน์ SBB TV999
- รายการ Morning Talk ทางสถานีโทรทัศน์ TPBS
- รายการทีวี สุดสัปดาห์ 8.00 -9.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ TPBS
- ทางสถานีโทรทัศน์ ASTV

2.เป็นการสนับสนุนด้านความรู้หรือวิทยากรในรายการหรือสื่ออื่นเป็นประจำ ได้แก่ รายการ ชีวิตชีวา ทางช่อง 3 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 5.35-6.00 น. และรายการวิทยุ ทางคลื่น AM 819 ทุกวัน จันทร์-อังคาร เวลา 22.15-23.00 น. มี ภาณุ.สุภาภรณ์ ปิติพร เป็นวิทยากร

- รายการข่าวยามเช้า เวลา 06.35 - 7.00 น. ทางสถานีวิทยุ FM 92.5
- สถานีสุภาพ FM 92.5 เวลา 15.15 - 15.35 น.
- รายการสื่อสารคลายทุกข์ เวลา 22.00 - 24.00 น. ทางสถานีวิทยุ AM 1107
- รายการสุขภาพสู่เศรษฐกิจ เวลา 22.00-23.00 น. ทางสถานีวิทยุ AM 819
- รายการสีสันสุดสัปดาห์ เวลา 19.30 - 20.30 น. ทางสถานีวิทยุ AM 97
- รายการของสถานีวิทยุวัดสังฆทาน ทางสถานีวิทยุ FM 89.25
- รายการของสถานีการศึกษา รายการตามตะวัน ทางสถานีวิทยุ FM 92
- สปอร์ตวิทยุ 8 แห่ง เทศบาลเมืองปราจีนบุรี, วิทยุชุมชนเมืองปราจีนบุรี, เทศบาลเมืองอุบลราชธานี, เทศบาลเมืองชลบุรี, สถานีวิทยุรายการสื่อสารคลายทุกข์, รายการสุขภาพสู่เศรษฐกิจ, สถานีวิทยุวัดสังฆทาน, สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย

3.การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ในรูปของแผ่นพับ, โบวชัวร์ และวารสาร "อภัยภูเบศรสาร" ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์รายเดือนของมูลนิธิฯ มียอดพิมพ์ประมาณ 30,000 เล่มต่อเดือน รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่างๆ เช่น คอลัมน์รอบรู้สมุนไพรกับอภัยภูเบศร ของ นสพ. มติชน นสพ. ข่าวสด นสพ. ไทยรัฐ และอื่นๆ

4.เว็บไซต์ www.abhaiherb.com ของมูลนิธิฯ ที่เผยแพร่ความรู้เรื่องสมุนไพรและบริการตอบคำถาม

5.การออกร้านในงานแสดงสินค้าในปี 2552 ที่ผ่านมา ทางมูลนิธิฯ ได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งสิ้น 83 งาน ทั้งนี้เป็นงานสำคัญ ๆ ได้แก่ งานOTOP งาน Health care คู่มือสุขภาพ งานกาชาด และ งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ

ภาคผนวก จ

ภาพร้านค้าในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและภาพสื่อต่างๆ

ภาพภายในร้านค้าสมุนไพรอภัยภูเบศร ภายในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



ภาพกิจกรรม งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติครั้งที่ 6 : บูธสมุนไพรอภัยภูเบศร

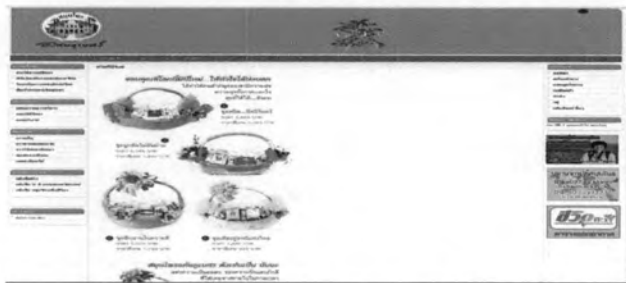




(แผ่นพับ/โปสเตอร์)



(อภัยภูเบศรสาร)



(เว็บไซต์ www.abhaiherb.com)



(สื่อ ณ จุดขาย)

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว พจี มณีรัตน์ เกิดเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2528 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนราชินี และระดับปริญญาบัณฑิต จากมหาวิทยาลัย มหิดล คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาภาษาไทย ในปีการศึกษา 2550 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2551

