

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติสู่การพัฒนาสินค้าตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0:  
กรณีศึกษานายอนันต์ ดวงเที่ยง ปราชญ์ท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม  
Natural Resource Management for Product Development according to  
Thailand 4.0 Model: A case study of Mr. Anan Duangtheng Local philosopher  
in Nakhon Pathom Province.

แพรวภัทร ยอดแก้ว

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม  
kiaochoaum@hotmail.com and praepat@webmail.npru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษา 1) ประวัติของนายอนันต์ ดวงเที่ยง ปราชญ์ท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม  
2) ข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล และ 3) แนวทางการพัฒนาสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สินค้า  
นวัตกรรม ตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง คือ นายอนันต์ ดวงเที่ยง  
เจ้าของสินค้าจากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล

ผลจากการศึกษา พบว่า

1. นายอนันต์ ดวงเที่ยง ปราชญ์ท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม เจ้าของผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล
2. ข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล ได้แก่ 1) สบู่ว่านหางจระเข้ 2) น้ำว่านหางจระเข้ และ  
3) โลชั่นว่านหางจระเข้
3. แนวทางการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทุนทางวัฒนธรรมไปสู่วัฒนธรรม 4.0 ได้แก่ 1) ผลิตสินค้าอยู่บนพื้นฐานของความรู้  
และภูมิปัญญา 2) มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3) มีความโดดเด่นหรือสร้างความแตกต่าง และ 4) มีตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์  
หรือตราสินค้าที่ชัดเจน

คำสำคัญ: การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาสินค้า ไทยแลนด์ 4.0 ปราชญ์ท้องถิ่น

Abstract

The objectives of the research were to study 1) Basic information of Mr. Anan Duangtheng, a local  
philosopher in Nakhon pathom provinces 2) Analyze the development of products from local wisdom to  
innovation products Of Thailand 4.0 model 3) Guidelines for the development and enhancement of cultural  
capital values into culture 4.0

This research was qualitative research. Selected sample in the research with a specific selection  
was Mr. Anan Duangtheng The owner of Aloe Vera Brand Love Aloe.

*The study revealed that*

*1. Mr. Anan Duangtheng, a local philosopher in Nakhon pathom provinces. The owner of Aloe Vera Brand Love Aloe.*

*2. Basic information from Aloe Vera brand: 1) Soap Aloe Vera 2) Aloe Vera juice and 3) lotion Aloe Vera.*

*3. Guidelines for the development and enhancement of cultural capital values into culture 4.0 include: 1) Produce products based on local wisdom knowledge 2) Be creative and innovative 3) Be outstanding or make a difference and 4) Have a unique identity or a clear brand.*

**Keywords:** natural resource management, product development, Thailand 4.0, local philosopher

## บทนำ

ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ผู้มีหน้าที่ดำเนินการตามนโยบายของนายกรัฐมนตรี กล่าวว่า “ประเทศไทย 4.0 หรือ ไทยแลนด์ 4.0 ” เป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรี ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” กล่าวคือ ในปัจจุบัน เรายังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบ “ทำมาก ได้น้อย” เราจึงต้องการปรับเปลี่ยนเป็น “ทำน้อย ได้มาก” โดยการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 3 มิติสำคัญ คือ 1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” 2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม 3. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้น “ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1. เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2. เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่ที่มีรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง 3. เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่ High Value Services 4. เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

นอกจากนั้น จากการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมี “ความหลากหลายเชิงชีวภาพ” และ “ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม” จึงเป็นสิ่งสำคัญให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน โดยการนำความรู้ทางด้านวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา มาต่อยอดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ สรุปลงเป็น “5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย” ดังนี้

1. กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech)
  2. กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med)
  3. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart Devices, Robotics & Mechatronics)
  4. กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology)
  5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services)
- ทั้ง 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย ใน “ประเทศไทย 4.0” จะเป็นแพลตฟอร์มในการสร้าง “New Startups” ต่างๆ มากมาย อาทิ เทคโนโลยีการเกษตร (Agritech) เทคโนโลยีอาหาร (Foodtech) จะเป็นส่วนที่ประเทศไทยต้องการ

พัฒนาด้วยตนเองเป็นหลัก แล้วค่อยต่อยอดด้วยเครือข่ายความร่วมมือจากต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับ “บันได 3 ชั้น” ของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของ “การพึ่งพาตนเอง พึ่งพากันเอง และรวมกันเป็นกลุ่มอย่างมีพลัง” นั้นเอง (สุวิทย์ เมษินทรีย์, ดร., 2560)

นายอนันต์ ดวงเที่ยง ราษฎรที่ท้องถิ่นของจังหวัดนครปฐม ผู้นำสมุนไพรรักษาโรคพื้นบ้านในอำเภอกำแพงแสน มาปลูกพืชแปรรูปและสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรรักษาโรคจะเข้ ในตราห้อย เลิฟ อะโล (Love Aloe) โดยนำความรู้ทางด้านเกษตรศาสตร์ อาหาร สุขภาพ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรรักษาโรคจะเข้ ให้เป็นสินค้าที่ได้รับการคัดสรรรางวัล OTOPTOP ระดับ 5 ดาว ของจังหวัดนครปฐม และจัดจำหน่ายทั่วประเทศ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศไทย พบว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรคจะเข้ เลิฟ อะโล อยู่ในกลุ่มที่ 1 กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ และ กลุ่มที่ 2 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ ที่สำคัญนายอนันต์ ดวงเที่ยง กำลังศึกษาและพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้สามารถส่งออกต่างประเทศได้ จึงเป็นสินค้าการเกษตรที่สำคัญ อันเกิดการจัดการทรัพยากรธรรมชาติสู่การพัฒนาสินค้าตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0

ว่านหางจระเข้ (Aloe Vera) คือ พืชชนิดหนึ่งที่ถูกจัดอยู่ในประเภทพืชล้มลุก สีเขียว เป็นพืชใบเลี้ยงเดี่ยว และออกเป็นใบเดี่ยว เรียงสลับซ้อนสักระหว่างกัน จากโคนต้นไปปลายยอด ใบมีความกว้าง 5-12 ซม. ความยาว 30-80 ซม. ใบมีลักษณะอวบ และอวบน้ำ โคนหนากว้าง และค่อยเรียวเล็กลงจนถึงปลายใบ ส่วนขอบใบจะมีหนามตลอดจากโคนใบถึงปลายใบ ผิวใบหรือเปลือกมีสีเขียวอ่อนหรือเขียวเข้ม ใบอ่อนมีประสีขาว เปลือกใบหนาประมาณ 1-2 มิลลิเมตร และเปลือกมีน้ำยางสีเหลือง มีลักษณะลำต้นเป็นข้อปล้อง ใบเดี่ยว ใบหนายาวและโคนใบใหญ่ ปลายแหลม ขอบใบมีหนามห่างกันเป็นระยะ เรียงเป็นชั้น ถัดมาด้านในจะเป็นเนื้อใบที่มีลักษณะเป็นวุ้นใส สีเขียวอ่อน มีเมือกเหนียว ลื่น สามารถออกดอกสีแดงอมเหลืองที่ปลายยอดได้ มีถิ่นกำเนิดมาจากแถบชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนและตอนใต้ของทวีปแอฟริกา สามารถปลูกได้ง่ายในดินทรายหรือในกระถางก็ได้ เป็นพืชชอบน้ำ แต่ต้องมีทางระบายน้ำได้ดี ป้องกันไม่ให้มีน้ำมากเกินไปจนรากเน่าสรรพคุณของว่านหางจระเข้มีมากมาย ได้รับความนิยมนำมาใช้ เช่น รักษาแผลไฟไหม้และน้ำร้อนลวก ป้องกันและบรรเทาอาการไหม้จากการออกแดด บรรเทาอาการไหม้จากการฉายรังสีของผู้ป่วย สมานแผลจากของมีคมและแผลถลอก รักษาฝีและโรคริดสีดวงทวาร รักษาตาปลาและฮ่องกงฟุต แก้ปวดศีรษะ บรรเทาอาการปวดฟัน บรรเทาอาการปวดข้อ ใช้เป็นยาถ่าย แก้กระเพาะอักเสบและลำไส้อักเสบ ป้องกันโรคเบาหวาน เป็นต้น

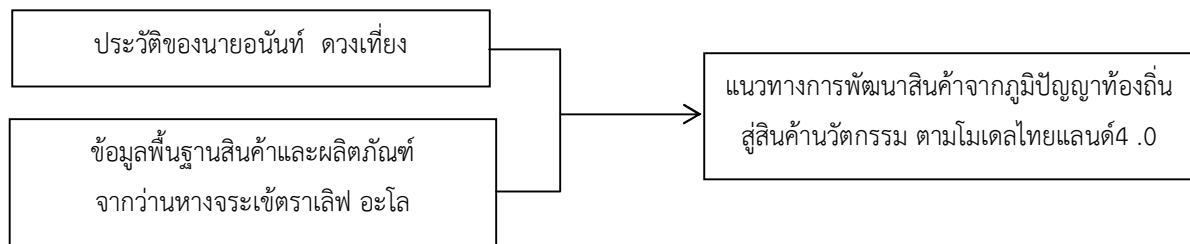
จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับว่านหางจระเข้ ในประเทศไทย พบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและน่าสนใจจำนวน 12 เรื่อง คือ งานวิจัยของ ธัชกฤต ศิริชินภัทร (2557), กิตติศักดิ์ ศรีพานิชกุลชัย และคณะ (2549), มงคล อินทะหลุก (2548), พรณี กาญจนเสาวลักษณ์ (2547), ดารณี เตือนศักดิ์ (2545), ประทานพร วงศ์ศรีแก้ว (2545), ศศิธร สิทธิเนตร (2545), ศุภกานต์ พรหมประสิทธิ์ (2544), สุกัญญา มะเหม็ง (2544), จินตนา อุปติสสกุล (2542), จงกลณี แวหงษ์ (2540) และ พงศธรณ์ รุจิรา (2540) ซึ่งงานวิจัยเหล่านี้ศึกษาว่านหางจระเข้ ในแง่มุมของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตรา เลิฟ อะโล เป็นสินค้าที่ได้รับการคัดสรรรางวัล OTOPTOP ระดับ 5 ดาว ของจังหวัดนครปฐม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การจัดการทรัพยากรธรรมชาติสู่การพัฒนาสินค้าตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0: กรณีศึกษานายอนันต์ ดวงเที่ยง ราษฎรที่ท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม” ในฐานะที่เป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์นวัตกรรมในจังหวัดนครปฐมและภูมิภาคตะวันตกที่พัฒนามาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น นำมาวิเคราะห์ในเชิงวัฒนธรรม 4.0 เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมและพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ในภูมิภาคตะวันตกซึ่งเป็นท้องถิ่นในพื้นที่บริการวิชาการและบริการสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ซึ่งมีประโยชน์ในด้านการค้า เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นไทย ทำให้ประชาชนเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น นำความรู้มาสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้กับประเทศไทยอย่างยั่งยืน ตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0 อันเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่เน้นในเรื่องการพัฒนาสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ด้วยการสร้าง “ความเข้มแข็งจากภายใน” ขับเคลื่อนตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ผ่านกลไก “ประชารัฐ”

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติของนายอนันต์ ดวงเที่ยง ปรากฏท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ トラเลียฟ อะโล
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สินค้านวัตกรรม ตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนการวิจัย คือ

- 1) การศึกษาภาคเอกสาร ผู้วิจัยเน้นใช้การศึกษาเอกสาร (Document Data) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
- 2) การศึกษาภาคสนาม ผู้วิจัยเน้นใช้การวิจัยจากข้อมูลเรื่องเล่า (Narrative Research) วิธีการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) การเก็บข้อมูลจากเรื่องเล่า (Story Telling) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key Informant) คือ ปรากฏท้องถิ่น ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ นายอนันต์ ดวงเที่ยง เจ้าของสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม ทรานส์สินค้า “Love Aloe (เลียฟ อะโล)” หลังจากนั้น จึงนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางการวิเคราะห์เรื่องเล่า (Narrative Analysis) เพื่อนำเสนอข้อมูล ความคิดเห็น ความจริงของผู้เล่าเรื่องเพื่อให้เกิดความเข้าใจชีวิต และตัวตนของพวกเขาเหล่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม จนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2560

## เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสังเกตการณ์ และแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยได้สร้าง และพัฒนาเครื่องมือขึ้นเอง โดยศึกษาทฤษฎี แนวคิด จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการวิจัยให้มีความเหมาะสมที่สุด

## การวิเคราะห์เรื่องเล่า (Narrative Analysis)

### ระยะที่ 1 การวิเคราะห์เรื่องเล่า (Narrative Analysis)

ผู้วิจัยได้ศึกษากระบวนการของการวิเคราะห์ตัวบทที่เป็นเรื่องเล่า บทสนทนา ข้อความจากการสนทนา และการแสดงออกของผู้เล่าเรื่อง เพื่อการเลือกและจัดระบบข้อมูลเรื่องเล่าต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญการวิเคราะห์เรื่องเล่าจากการเล่าเรื่องใน 4 รูปแบบ (Riessman, 2008) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ตามแก่นเรื่อง (Thematic analysis) เป็นการวิเคราะห์ที่เน้นในใจความสำคัญของเรื่อง คือ “คำพูด” มากกว่า “วิธีการพูด” โดยค่อยๆ สอดส่องเรื่องราวบอกเล่าและสร้างกรอบความคิดในการจัดกลุ่มข้อมูล หรือประเภทของเรื่องเล่าในรูปแบบอุปนัย (inductively) เพื่ออธิบายรายละเอียดของปรากฏท้องถิ่น ผู้วิจัยให้ความสนใจเนื้อหาของการ

พูด มุ่งเน้นความหมายในเรื่องราว และภาษาในการวิเคราะห์ตามแก่นเรื่องและตีความหมายสิ่งที่ถูกกล่าวออกมาจากปราชญ์ท้องถิ่น

**2. การวิเคราะห์โครงสร้าง (Structural analysis)** เป็นการวิเคราะห์ที่ให้ความสำคัญกับโครงสร้างหน้าที่ของประโยคทั้งหมดที่อยู่ในเรื่องเล่า เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลที่มีความหลากหลายของเรื่องเล่า ซึ่งผู้วิจัยมีข้อมูลจากเรื่องเล่าของปราชญ์ท้องถิ่น อย่างรายละเอียด รวมถึงการถอดคำบรรยายที่จำเป็น โดยไม่ตัดตอนคำบรรยาย เนื่องจากทำให้การวิเคราะห์ทำได้ไม่สมบูรณ์

**3. การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ (Interactional analysis)** เป็นการวิเคราะห์ที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการสนทนา (dialogic) ระหว่างของปราชญ์ท้องถิ่นและผู้วิจัย ในเรื่องเล่าจะมีฉากเฉพาะเจาะจง เช่น ในสถานการณ์ที่ได้เรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ เรียนรู้สรรพคุณของสมุนไพร เรียนรู้วิธีการแปรรูปสมุนไพรให้เป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ การจัดทำนาย เป็นต้น การที่ผู้เล่าเรื่องและผู้ฟังได้อยู่ร่วมกันในการสนทนา ทำให้เกิดการสร้างเรื่องเล่าด้วยกัน โดยร่วมกันสร้างความหมายจากเรื่องเล่า ผู้เล่าจะมีโอกาสในการจัดระเบียบเรื่องราวของตนเองในระหว่างที่มีการแลกเปลี่ยนคำถามและคำตอบกัน จึงเป็นวิธีการวิเคราะห์เรื่องราวที่ทั้ง 2 ฝ่ายมีปฏิสัมพันธ์ที่ติดต่อกัน

**4. การวิเคราะห์การแสดงออกของผู้เล่าเรื่อง (Performative analysis)** การวิเคราะห์ที่เน้นการเคลื่อนไหวของผู้เล่าเรื่อง โดยผู้เล่าเรื่องหรือปราชญ์ท้องถิ่น สามารถแสดงออกผ่านทางภาษาและการกระทำมากกว่าจะเป็นการเล่าเรื่องเพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้วิจัยให้ความสำคัญกับสิ่งที่อยู่เหนือกว่าคำพูด และความหมายของคำพูด โดยคำนึงถึงลักษณะของปราชญ์ท้องถิ่น และสถานที่ในเรื่องเล่านั้น ผู้วิจัยจึงสามารถเห็นฉาก (เงื่อนไขการแสดงออก และสถานที่ที่แสดงบทบาทนั้น) ของปราชญ์ท้องถิ่นได้อย่างถ่องแท้

**ระยะที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)** ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยนำคำพูดจากการสัมภาษณ์ในขั้นที่ 3 ของการศึกษามาจัดลำดับหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์เนื้อหาสาระของข้อมูลรวมทั้งเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อนำความรู้ใหม่ อันเป็นการทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา

**ระยะที่ 3 การนำเสนอตัวแบบ** เมื่อได้ข้อมูลจากเรื่องเล่า การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่มจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

### 1. ประวัติของนายอนันต์ ดวงเที่ยง ปราชญ์ท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม

นายอนันต์ ดวงเที่ยง ปราชญ์ท้องถิ่นผู้นำสมุนไพรพื้นบ้านมาแปรรูปและสร้างผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากสมุนไพรว่านหางจระเข้ ยี่ห่อ เลิฟ อะโล Love Aloe เน้นการนำสมุนไพรมาแปรรูปเป็นของกิน ของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน

จุดเริ่มต้นในการก่อกำเนิดองค์ความรู้ จนกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ “Love Aloe (เลิฟ อะโล)” นั้นคือ แรกเริ่มคุณอนันต์ เป็นพนักงานประจำในบริษัทแห่งหนึ่ง อยู่ในจังหวัดระยอง มีหน้าที่ควบคุมดูแลการเบิกจ่ายวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้าง และต้องเดินทางไปดูงานตามพื้นที่ต่างๆ เป็นประจำ จนบางครั้งไม่มีเวลากลับบ้านที่นครปฐม และในช่วงนั้นคุณแม่คุณอนันต์ ป่วยบ่อยท่านเข้าออกโรงพยาบาลอยู่บ่อยครั้ง ในบางที่ที่คุณอนันต์ รีบขับรถกลับมาแต่แม่นอนอยู่ที่โรงพยาบาลแล้ว คุณอนันต์ จึงเริ่มคิดว่าหากวันหนึ่งเรากลับมาไม่ทันเราจะต้องมาเยี่ยมกอดกันร้องไห้อย่างนั้นหรือ และด้วยแม่เป็นโรคกระดูกทับเส้นต้องผ่าตัดที่หลัง คุณอนันต์ จึงสัญญากับตัวเองว่า “ผมจะต้องกลับมาดูแลแม่ด้วยลมหายใจ” หลังจากนั้นคุณอนันต์ จึงเริ่มคิดว่าถ้าจะกลับมาอยู่บ้านเราจะทำอาชีพอะไรดี

คุณอนันต์ เป็นคนชอบดูรายการสารคดีที่เกี่ยวกับเกษตรพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นแนวคิดของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 และได้มีรายการหนึ่งนำเสนอเกี่ยวกับสรรพคุณของว่านหางจระเข้ คุณอนันต์ จึงสนใจและได้เริ่มศึกษาอย่างจริงจัง และพบว่าว่านหางจระเข้สามารถทำตลาดได้ ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2558 จึงได้ตัดสินใจปลูก

ว่าทางจระเข้ จำนวน 4 ไร่ (ในตอนนั้นยังไม่ได้ลาออกจากราชการ) และก่อนปลูกว่าน คุณอนันท์ ได้คุยตกลงกับทางโรงงานที่รับซื้อว่านทางจะเข้ช่วงปลายปีเราจะมีใบว่านส่งให้กับโรงงาน พอถึงช่วงปลายปีคุณอนันท์ จึงได้ยื่นใบลาออกด้วยเหตุผล ต้องการกลับมาดูแลแม่ และได้เริ่มตัดใบว่านส่งขายโรงงาน แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดบางอย่างในการรับซื้อ ทำให้เกิดปัญหา เนื่องจากโรงงานไม่รับซื้อใบว่านที่มีขนาดเล็ก เพราะคุณอนันท์ ปลูกพืชแบบไร้สารพิษ ไม่ได้ใช้สารเคมี ทำให้ใบว่านของไร่คุณอนันท์ มีขนาดเล็กกว่าใบว่านตามท้องตลาดทั่วไป จึงเกิดปัญหา คือ ใบว่านไม่สามารถขายได้ทั้งหมด

คุณอนันท์ จึงคิดหาวิธีนำเอาใบว่านขนาดที่ไม่ผ่านมาตรฐานโรงงานมาคิดแปรรูปเป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน และชิ้นแรกคือ สบู่ว่านทางจระเข้สด หลังจากทดลองทำเพื่อใช้เองแล้ว ก็ลองทำแจกฟรีให้ญาติพี่น้องทดลองใช้ และกระจายกว้างออกไปเรื่อยๆ เมื่อเห็นผลตอบรับที่ดี คุณอนันท์ จึงเริ่มลองทำขายเล็กๆน้อยๆ และได้เริ่มเพิ่มผลิตภัณฑ์มากขึ้นจากคำแนะนำของลูกค้า เช่น สบู่เหลวอาบน้ำ แชมพูสระผม โลชั่นทาผิว

ในปีพ.ศ. 2558 คุณอนันท์ ได้นำผลิตภัณฑ์เข้าจดทะเบียน OTOP ของจังหวัดนครปฐม ในครั้งแรกคุณอนันท์ ส่งสบู่ว่านทางจระเข้ เข้าประกวด OTOP ระดับประเทศ แต่ได้รางวัล แค่ 2 ดาว คุณอนันท์ จึงศึกษาปัญหาหาว่า เพราะเหตุใดจึงไม่ได้รางวัล OTOP ระดับ 5 ดาว พบว่า ปัญหาจากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่ไม่สวยงาม ทันสมัย ไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค คุณอนันท์ จึงแก้ไขใหม่ และเมื่อปี พ.ศ.2559 เราได้ส่งผลิตภัณฑ์จากว่านทางจระเข้ “Love Aloe (เลิฟ อะโล)” จำนวน 2 รายการ คือ สบู่เหลวอาบน้ำ และ โลชั่นทาผิวว่านทางจระเข้ เข้าร่วมประกวด OTOP ระดับประเทศอีกครั้ง

ในที่สุด ผลิตภัณฑ์จากว่านทางจระเข้ “Love Aloe (เลิฟ อะโล)” ได้รับการคัดเลือกให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 5 ดาว ทั้ง 2 รายการ นี่ถือเป็นความภาคภูมิใจในความพยายามของเกษตรกรเล็กๆคนหนึ่งในอำเภอกำแพงแสน จ.นครปฐม ที่พยายามนำความรู้จากศาสตร์พระราชามาใช้และพัฒนาอาชีพให้กับตนเอง สร้างรายได้ให้กับครอบครัว โดยเฉพาะคุณพ่อคุณแม่ ทุกคนในครอบครัวและหน่วยงานราชการต่างๆ เป็นผู้ให้การสนับสนุนในการทำงานให้ประสบความสำเร็จในวันนี้

## 2. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานผลิตภัณฑ์จากว่านทางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล

ในช่วงปีแรก คุณอนันท์ใช้ชื่อสินค้าว่า “เจเจโบ บิวตี้โกล” แต่ปัญหาที่พบคือ ลูกค้าส่วนใหญ่บอกว่า ชื่อยาว จำยาก คุณอนันท์จึงคิดใหม่อย่างสร้างสรรค์ นำความรู้สึกรักในครอบครัว อาชีพเกษตรกร รักสมุนไพรวานทางจะเข้ มาคิดชื่อตราสินค้าใหม่ (แบรนด์) ในที่สุดก็ได้ตราสินค้าที่ใช้ในปัจจุบันนี้คือ “Love Aloe (เลิฟ อะโล)” และพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณอนันท์ เห็นความจำเป็นของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อันเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น ให้มีความทันสมัยสวยงาม ดึงดูดใจผู้ซื้อโดยยังคงเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นไว้ การออกแบบที่สร้างความแตกต่างโดยใช้พื้นฐานทางวัฒนธรรม และคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเชิงเศรษฐกิจ สามารถตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้ ทุนทางวัฒนธรรมจึงมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น คุณอนันท์ จึงได้ลงทุนกับกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในที่สุด ผลิตภัณฑ์จากว่านทางจระเข้ “Love Aloe (เลิฟ อะโล)” จึงมีอัตลักษณ์หรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ว่านทางจระเข้สด บรรจุในรูปแบบต่างๆ เน้นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอย ความเป็นธรรมชาติและความสวยงาม ออกจำหน่ายทุกเทศกาล และงาน OTOP ต่างๆ ถือว่าประสบความสำเร็จ และได้ผลคุ้มค่ากับการลงทุน ปัจจุบัน คุณอนันท์ ได้ผลิตสินค้าที่ถูกแปรรูปจากว่านทางจระเข้หลายรูปแบบ ดังนี้

1. สบู่ว่านทางจระเข้สด มีสรรพคุณ ช่วยรักษาสิวอักเสบ สิวเสียดียรอยด์ รักษาแผลที่เกิดจากสิวลดผด ผื่น คัน จุดต่างด้า และลดอาการบวมแดง สิวอักเสบ ผื่นผิวหนังที่ถูกแสงแดด ช่วยในการบำรุงผิวพรรณ ทำให้ผิวหนังสดใส เปล่งปลั่งเป็นธรรมชาติ

### วัตถุดิบและส่วนประกอบในการทำสบู่

- |                             |                              |
|-----------------------------|------------------------------|
| 1.กลีเซอรีน 1กิโลกรัม       | 2.น้ำว่านทางจระเข้สด 300กรัม |
| 3.มะขามป้อมสด 100กรัม       | 4.น้ำผึ้งป่า 10กรัม          |
| 5.วิตามินอี 10กรัม          | 6.กลีเซอรีนขาว 10กรัม        |
| 7.กันเสียสำหรับสบู่ 0.5กรัม |                              |



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ในรูปแบบสบู่

### ขั้นตอนการผลิต สบู่

1. ตัดว่านหางจระเข้ พักวางไว้ 4-6 ชั่วโมง เพื่อให้ยางสีเหลืองไหลออกมาจนแห้ง (เพราะยางว่านหางจระเข้เมื่อสัมผัสกับผิวหนังจะทำให้คันได้)
2. ปอกว่านหางจระเข้ นำเนื้อว่านมาปั่น เพื่อแยกกาก
3. นำกลีเซอรินตั้งไฟให้ละลายในอุณหภูมิประมาณ 70 องศา เมื่อกลีเซอรินละลายจนหมด เติมน้ำว่านหางจระเข้สด และตุ๋นต่อไปอีกประมาณ 10 นาที หลังจากนั้นยกลงจากเตา แล้วเติมส่วนผสมที่เหลือทั้งหมดลงไป กวนเบาๆ ให้เข้ากัน
4. นำสบู่เทใส่แบบที่เตรียมไว้ และพักทิ้งไว้อย่างน้อย 24 ชั่วโมง เพื่อให้เนื้อสบู่แข็งตัว
5. นำออกจากแบบแล้วเข้าเครื่องปั๊มก้อนสบู่
6. บรรจุใส่กล่อง รอการจำหน่าย

2. น้ำว่านหางจระเข้ สรรพคุณของว่านหางจระเข้ นั้นมีมากมาย เพราะมีสารสำคัญซึ่งช่วยออกฤทธิ์สมานแผล และช่วยเร่งการเจริญเติบโตของเซลล์ที่อยู่รอบๆ แผล ช่วยฆ่าเชื้อแบคทีเรียของผิวหนังได้ อีกทั้งยังช่วยบำรุงร่างกายจากการอ่อนเพลียเพราะพักผ่อนน้อยได้ด้วย น้ำว่านหางจระเข้ มีกระบวนการผลิต ดังนี้



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ในรูปแบบน้ำว่านหางจระเข้

### ขั้นตอนการผลิต

1. ตัดว่านหางจระเข้ พักวางไว้ 4-6 ชั่วโมง เพื่อให้ยางสีเหลืองไหลออกมาจนแห้ง (เพราะยางว่านหางจระเข้เมื่อสัมผัสกับผิวหนังจะทำให้คันได้) ทำการปอกเปลือกใบให้หมดและล้างน้ำให้สะอาดเพื่อเอายางสีเหลืองออกให้หมด
2. หั่นเนื้อว่านหางเป็นชิ้นเล็ก

3. นำเนื้อว่านหางที่หั่นเตรียมไว้ต้มในน้ำเดือด พร้อมปรุงผสมน้ำตาลให้ได้ความหวานตามต้องการ ซึ่งอาจดื่มร่วมกับสมุนไพรชนิดอื่นยิ่งเป็นการดี เช่น ใบเตย เก๊กฮวย

3. **โลชั่นว่านหางจระเข้** สรรพคุณ ใช้ทาเพื่อลดอาการบวม เป็นครีมทาได้ตา บำรุงผิวหน้า เพิ่มความชุ่มชื้น ใช้ผสมกับส่วนผสมต่าง ๆ พอกหน้าแทนวุ้นว่านหางจระเข้ได้ ทั้งยังใช้ทาแผลพุพอง แผลสด เพื่อบรรเทาอาการปวดแสบปวดร้อนได้อีกด้วยเนื้อผลิตภัณฑ์ ที่มีส่วนผสมของมอยส์เจอไรเซอร์เข้มข้นกว่า อาจไม่เหมาะกับผู้ที่ผิวหน้ามัน เพราะเนื้อครีมจะให้ความรู้สึกหนักกว่าเนื้อเจล แต่ค่อนข้างเหมาะกับผู้ที่ผิวหน้าแห้ง เพราะจะให้ความชุ่มชื้นที่มากกว่า



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ในรูปแบบโลชั่นว่านหางจระเข้

นอกจากนั้น คุณอนันท์ ได้ศึกษาพัฒนาสินค้าและกำลังผลิตสินค้าใหม่ ภายใต้ตรา “Love Aloe (เลิฟ อะโล)” คือผลิตภัณฑ์เจลว่านหางจระเข้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สินค้าอยู่ในระหว่างทดลองใช้และทดสอบผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะนำออกจำหน่ายในเร็ว ๆ นี้

### 3. แนวทางการพัฒนาสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สินค้านวัตกรรม ตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0

ปัจจุบัน คุณอนันท์ ได้เข้าร่วมโครงการอบรมและพัฒนาสินค้าและการตลาดระหว่างประเทศกับสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่อพัฒนาคุณภาพของสินค้าชุมชน โดยมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ และพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการทางเพิ่มมากขึ้นใน 4 ลักษณะที่สำคัญคือ

1. **สินค้าอยู่บนพื้นฐานของความรู้และภูมิปัญญา (Knowledge Based)** พบว่า ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล มีการใช้วัตถุดิบตามธรรมชาติและวัตถุดิบของท้องถิ่น มาผ่านกระบวนการผลิตด้วยวิธีแปรรูป โดยใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยี คุณอนันท์ คิดค้นเทคนิคในการผลิตและคิดค้นสูตรการผลิต เป็นสูตรเฉพาะของคุณอนันท์





ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ในรูปแบบสบู่

2. **มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (creative and innovative)** พบว่า ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตรา เลิฟ อะโล มีการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิตสบู่ โลชั่น และน้ำว่านหางจระเข้ คุณอนันท์ ได้ประดิษฐ์เครื่องกวนสบู่ และ เรียนรู้กระบวนการผลิตเพิ่มเติมเทคนิคในการยืดอายุการรักษาสินค้า โดยไม่ใส่วัตถุกันเสีย นอกจากนี้ การออกแบบ สร้างสรรค์ บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย น่าสนใจ แล้วนำสินค้ามาจัดใส่บรรจุภัณฑ์ในหลากหลายรูปแบบตามความคิดสร้างสรรค์ของ ครอบครัว ทำให้ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ในรูปแบบโลชั่นและครีมอาบน้ำ

3. **มีความโดดเด่นหรือสร้างความแตกต่าง (Differentiation)** พบว่า ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล มีการพัฒนาน้ำว่านหางจระเข้ ให้มีหลากหลายสีและหลากหลายรสชาติ สีนี้น้ำว่านหางจระเข้มาจากน้ำสมุนไพร เช่น สีเขียวจากใบเตย เป็นต้น สร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้กับน้ำว่านหางจระเข้ เป็นการสร้างเสน่ห์แปลงมูลค่าเป็นคุณค่า โดยคุณค่าต่างๆ คือ ความเป็นสมุนไพรพื้นบ้าน นอกจากนี้ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์บนพื้นฐานวัฒนธรรมไทย ในหลากหลายรูปแบบ เช่น จัดผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ใส่ถุงผ้า ใส่ตะกร้าสาน ใส่ถุงชำร่วย เป็นต้น จัดสินค้าผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ อย่างสวยงาม สะดวกในการซื้อขายและการขนส่ง เหมาะเป็นของฝากในการท่องเที่ยว งานเทศกาลต่างๆ ได้อย่างดี



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ในบรรจุภัณฑ์หลายรูปแบบ

4. มีตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์หรือตราสินค้า (Brand) ที่ชัดเจน พบว่า ผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ ตราเลิฟ อะโล มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์ สร้างสรรค์ หลากหลาย สื่อถึงต้นว่านหางจระเข้ เน้นตัวอักษรลวดลายที่มีรูปภาพว่านหางจระเข้ สีเขียวสดใส่ จากธรรมชาติ ปลอดภัย เพื่อกระตุ้นความรู้สึกของผลิตภัณฑ์ว่ามาจากธรรมชาติแท้จริง โดยเขียนคำว่า Natural 100% ไว้ด้วย ออกแบบตราสินค้าและจัดวางรูปภาพในผลิตภัณฑ์ โดยสื่อให้เห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากธรรมชาติ เพื่อกระตุ้นและจูงใจให้ผู้บริโภค สนใจซื้อไปใช้ตามต้องการ



ภาพที่ 7 รูปแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1. ควรส่งเสริม สนับสนุน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและรักษาภูมิปัญญาของปราชญ์ท้องถิ่น ป้องกันการสูญหายของภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากขึ้น
2. ควรสนับสนุนการพัฒนาความรู้ให้เป็นทุน ซึ่งเป็นการสร้างความท้าทายให้ชุมชนท้องถิ่นผลิตสินค้าและบริการจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มคุณค่าและรายได้ให้กับชุมชนให้มากขึ้น
3. ควรสนับสนุนทุนการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การตลาดและการบริการ
4. ควรสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจและโอกาสในการแข่งขัน เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดอาเซียนและตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ควรส่งเสริมและสนับสนุน การวิจัยและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

6. ควบคุมการจัดประชุม เสวนาและเวทีชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ของปราชญ์ท้องถิ่น ในระดับภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย

7. ควบคุมจัดทำฐานข้อมูลความรู้ของปราชญ์ท้องถิ่น ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการจัดการความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและทันสมัย

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควบคุมศึกษาข้อมูลพื้นฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์จากการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในสินค้าอื่นๆ เช่น ผัก ผลไม้ ปลอดภัยเป็นต้น

1. ควบคุมศึกษาข้อมูลพื้นฐานสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอื่นๆ เช่น ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน งานช่างฝีมือดั้งเดิม ผ้าทอพื้นเมือง อาหารไทย ขนมไทย เป็นต้น

3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป หากศึกษาในประเด็นนี้ ควบคุมศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทุนทางวัฒนธรรมไปสู่วัฒนธรรม 4.0 ให้มากขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นายอนันต์ ดวงเที่ยง ปราชญ์ท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม ผู้ผลิตที่ให้ข้อมูลและตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากว่านหางจระเข้ “Love Aloe (เลิฟ อะโล)” เพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมที่สนับสนุนการศึกษาและการวิจัยท้องถิ่นในครั้งนี้

### เอกสารอ้างอิง

กิตติศักดิ์ ศรีพานิชกุลชัย และคณะ . (2549). การป้องกันการเกิดแผลในกระเพาะอาหารของหนูโดยว่านหางจระเข้.

วารสารวิจัย มข. ปีที่ 11, ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มี.ค. 2549), หน้า 62-67

จงกลณี แวหวงษ์. (2540). ผลของสารออกฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรียในว่านหางจระเข้ ที่มีต่อการเจริญของเชื้อแบคทีเรียกรดแลคติกในการทำโยเกิร์ต. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จินตนา อุบัติสกุศล. (2542). การผลิตโยเกิร์ตผสมว่านหางจระเข้ และผลของสารออกฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรียในว่านหางจระเข้ที่มีต่อการเจริญของเชื้อแบคทีเรียกรดแลคติกในการทำโยเกิร์ต. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดารณี เดือนศักดิ์. (2545). ผลของว่านหางจระเข้ (ALOE VERA) ต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบไหลเวียนเลือดขนาดเล็กและระดับของทีเอ็นเอฟ-แอลฟา และ ไอแอล-6 ในแบบจำลองแผลไหม้. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธัญญดา ศิริชินภัทร. (2557). ชุดฝึกอบรมการสกัดสารชีวภาพจากพืชสมุนไพรว่านหางจระเข้ บำบัดอาการปวดแผลแสบร้อน สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ตำบลท่างาม อำเภอลำลูกกา จังหวัดลพบุรี. ปทุมธานี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ประทานพร วงศ์ศรีแก้ว. (2545). การพัฒนาตลาดชุมชนสมุนไพรว่านหางจระเข้: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านโคกกลาง อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พงศธรณ์ รุจิรา. (2540). การพัฒนาครีมบำรุงผิวจากน้ำมันพืชและว่านหางจระเข้. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรรณณี กาญจนเสาวลักษณ์. (2547). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำสมุนไพรว่านหางจระเข้ของลูกค้าในเขตอำเภอมือง จังหวัดอุตรธานี. มหาสารคาม: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- มงคล อินทะหลุก. (2548). ผลของการเคลือบผิวด้วยวุ้นว่านหางจระเข้ ไคโตซาน และไซคาร์บูนาต่อคุณภาพหลังการเก็บเกี่ยวของผลมะม่วงพันธุ์โชคอนันต์. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศศิธร สิทธิเนตร. (2545). เบลลีไบเตยเสริมว่านหางจระเข้. เพชรบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ศุภกานต์ พรหมประสิทธิ์. (2544). ผลิตภัณฑ์แยมว่านหางจระเข้ 3 รส. เพชรบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- สุกัญญา มะเหม็ง. (2544). พฤติกรรมเคมีไฟฟ้าการกักกรองของกระป๋องเหล็กเคลือบดีบุกและแลคเกอร์ ในน้ำหวานว่านหางจระเข้. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- สุดปฐพี เวียงสี. (2560). วัฒนธรรม 4.0 เปลี่ยนคุณค่าให้เป็นมูลค่า. ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.sudpatapee.com/index.php/2014-08-15-15-18-27/item/199-4-0>
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก. (2559). วัฒนธรรมทางออกเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.komchadluek.net/news/edu-health/236200>
- สุวิทย์ เมษินทรีย์,ดร.. (2560). ประเทศไทย 4.0 Thailand 4.0 คือ. ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2560 จาก <http://www.admissionpremium.com/content/1377>
- Riessman, Catherine Kohler. (2008). *Narrative Methods for the Human Sciences*. Sage Publications, Inc.